

PERSEPSI MAHASISWA KPI TENTANG DAKWAH KOMEDI DI INSTAGRAM

(Studi Analisis akun @nunuzoo)



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)**

Disusun Oleh :

Nahna Nailussa'adah

131211046

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2018

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Proposal Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

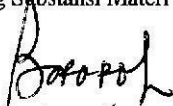
Nama : Nahna Nailussa'adah
NIM : 131211046
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi: Komunikasi Penyiaran Islam / Televisi Dakwah
Judul : Persepsi Mahasiswa KPI tentang Dakwah Komedi di Instagram
(Studi Analisis akun @nunuzoo)

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 11 Januari 2018

Bidang Substansi Materi



Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag

NIP. 196605081 199101 2 00 1

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan tata Tulis



Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom

NIP. 19731222 200604 1 001

SKRIPSI

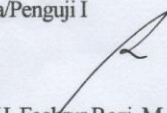
PERSEPSI MAHASISWA KPI TENTANG DAKWAH KOMEDI DI INSTAGRAM
(Studi Analisis akun @nunuzoo)

Disusun Oleh:
Nahna Nailussa'adah
131211046


telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 Januari 2018 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

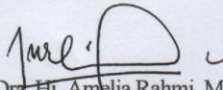
Ketua/Penguji I


Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag
NIP. 19690501 199403 1 001

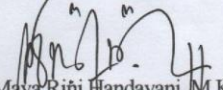
Sekretaris/Penguji II


Nur Cahyo Hendro W, S.T., M.Kom
NIP. 19731222 200604 1 001

Penguji III


Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd
NIP. 19660209 199303 2 003

Penguji IV



Hj. Maya Rihni Handayani, M.Kom
NIP. 19760505 201101 2 007

Mengetahui

Pembimbing I


Dr. Hj. Ummul Baroroh, M.Ag
NIP. 196605081 199101 2 00 1

Pembimbing II


Nur Cahyo Hendro W, S.T., M.Kom
NIP. 19731222 200604 1 001

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal, 06 Februari 2018



Dr. H. Awwaludin Pimay, Lc., M.Ag
NIP. 19610727 200003 1 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum / tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 11 Januari 2018



Nahna Nailussa'adah

NIM : 131211046

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis curahkan pada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta Keluarga dan Para Sahabatnya. Mudah-mudahan kita tergolong umat yang akan mendapatkan syafaat di hari kiamat.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1) pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, sepatutnya penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.A., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Siti Sholikhati, M.A., selaku Ketua Jurusan KPI dan Bapak Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom selaku Sekretaris Kurusan KPI UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Dr. Hj. Ummul Baroroh, M.Ag dan Bapak Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom. , selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag., selaku Wali studi yang telah memberikan saran dan motivasi.
6. Segenap Dosen dan saff Fakultas Dakwah dan Komunikasi atas arahan, pengetahuan, dan bantuan yang telah diberikan.
7. Abah, Umi dan Ketiga adikku yang tidak pernah lelah memberikan semangat, motivasi, fasilitas dan doa untukku.

8. Teman-temanku Marta, Ma'sum, Ana W, Maya, Paramitha, Korie, Intan dan Teman-teman KPI-B angkatan 2013, kalian bukan hanya sekedar teman melainkan keluargaku.
9. Sahabat-sahabat KKN-MIT ke-3 posko 55 desa Margosari kecamatan Limbangan Kab.Kendal.
10. Adik-adik ekstrakurikuler Seni Baca Al-Qur'an di MI Miftakhl Akhlaqiyah, SMP Hj. Isriyati dan SMK Islamic Centre, adik-adik telah memberikan pengalaman yang luar biasa untuk penulis.

Kepada mereka penulis hanya dapat memberikan ucapan terima Kasih. Penulis tak dapat membalas apa-apa. Semoga kebaikan kalian mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga Allah SWT selalu memberi petunjuk dan kita semua dalam lindungannya. Amin.

Semarang, 11 Januari 2018

Penulis,

Nahna Nailussa'adah

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan Rahmat Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang selalu mendo'akan dan memberikan motivasi dan mendampingi penulis :

1. Abah dan Umi, yang telah mendidik, memberikan kasih sayang, sekaligus do'a yang tak pernah henti mereka panjatkan untuk anak-anaknya, semoga dapat mengantarkan kepada kemuliaan dunia dan akhirat.
2. Adik-adikku, Lana Yusriyatul Muna, M. Sultan (alm), dan M. 'Athoillah, yang selalu memberikan semangat dengan caranya.
3. Almamater tercinta, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Semoga mereka selalu mendapatkan limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Amin

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dengan urusanmu, maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah ayat 6 -8)

ABSTRAKSI

NAHNA NAILUSSA'ADAH. 2018. Persepsi Mahasiswa KPI tentang Dakwah Komedi di Instagram (Studi Analisis akun @nunuzoo). Pembimbing Skripsi : Dr. Hj. Ummul Baroroh, M.Ag dan Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T, M.Kom.

Media sosial kini menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Media sosial menjadi salah satu alternatif media dakwah yang cukup efektif saat ini seperti instagram. Pesan dakwah atau nasihat-nasihat positif yang ringan dapat dipadukan dengan unsur komedi yang membuat orang terhibur dan dapat menerima. Salah satunya Nurul Azka pemilik akun instagram @nunuzoo menyampaikan pesan dakwah dengan tambahan unsur komedi agar yang melihat tidak merasa bosan dan dapat menerima.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana persepsi mahasiswa KPI tentang video dakwah komedi dalam akun instagram @nunuzoo. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode analisis deskriptif . Subjek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang. Dari seluruh mahasiswa, peneliti mengambil informan sebanyak 17 mahasiswa. Lokus penelitian penulis adalah mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo, mahasiswa yang menjadi informan penelitian mencakup tiga aspek yakni aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Pengambilan informan menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa KPI tentang dakwah komedi dalam akun instagram @nunuzoo secara aspek kognitif informan merasa video dakwah komedi Nurul Azka (@nunuzoo) mempunyai cara dalam menyampaikan pesan dakwah yang ringan dengan unsur komedi yang dapat diterima, secara afektif informan merasa senang dan terhibur, dan secara konatif informan merasa yang disampaikan Nurul Azka terjadi dalam kehidupan mereka.

kata kunci : persepsi, dakwah, komedi, Nurul Azka

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
DEKLARASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka.....	5
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II KAJIAN TEORI PERSEPSI, INSTAGRAM DAN DAKWAH KOMEDI	
A. Persepsi	
1. Pengertian Persepsi	15
2. Prinsip Dasar Persepsi.....	16
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi	17
4. Syarat-syarat Terjadinya Persepsi.....	19
5. Aspek-aspek Persepsi.....	20
6. Proses Terjadinya Persepsi	21
7. Karakteristik Persepsi	22
8. Jenis-jenis Persepsi	23

B. Instagram	
1. Pengertian Instagram	25
2. Sejarah Instagram.....	25
3. Fitur-fitur Instagram.....	27
C. Dakwah Komedi	
1. Pengertian Dakwah	29
2. Dalil tentang Dakwah	30
3. Tujuan Dakwah.....	31
4. Unsur-unsur Dakwah	32
5. Pengertian Komedi (humor)	33
6. Syarat-syarat Komedi (humor) Dakwah	35
BAB III GAMBARAN UMUM FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO DAN HASIL WAWANCARA MAHASISWA KPI TENTANG DAKWAH KOMEDI DI INSTAGRAM	
A. Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo	37
B. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo....	39
C. Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo	39
D. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.....	40
E. Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.....	42
F. Hasil Wawancara Mahasiswa KPI	44
BAB IV ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA KPI TENTANG VIDEO DAKWAH KOMEDI	
A. Reduksi Data.....	70
B. Display Data	73
C. Penarikan Kesimpulan	81
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.....	39
Tabel 2. Pimpinan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang	41
Tabel 3. Jumlah Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo Angkatan 2013 – 2016.....	42
Tabel 4. Data Profil Informan	42
Tabel 5. Hasil Wawancara Informan.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Riset

Lampiran 2. Draft Wawancara Informan

Lampiran 3. Sertifikat TOEFL

Lampiran 4. Sertifikat IMKA

Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi (TI) melaju dengan cepat, bahkan tidak ada lagi batasan bagi manusia dalam berkomunikasi, mereka dapat berkomunikasi kapan saja dan dimana saja. Arus teknologi informasi dan komunikasi senantiasa bergerak ditengah perkembangan zaman yang dinamis. Begitu pula teknologi internet yang menemukan bentuk terbaru dengan berbagai ragam dan jenis.

Media telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Bahkan masyarakat sulit membayangkan hidup tanpa media, koran pagi, majalah, televisi, dan yang paling penting di era saat ini yaitu meninggalkan *gadget* atau *smartphone* yang merupakan media paling mudah dan nyaman untuk digunakan. Banyak yang tidak menyadari bahwa media sesungguhnya mempengaruhi pandangan dan tindakannya.

Di era perkembangan paling mutakhir adalah apa yang dikenal dengan “Jejaring Sosial” atau “Media Sosial” (Medsos). Seperti, Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp, Instagram, dan sebagainya. Belakangan ini, benar-benar mewarnai kehidupan umat manusia di dunia serta menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Tak terkecuali kaum muslimin.

Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang sangat penting dalam Islam. Dengan Dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah, Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat dari hal-hal yang dapat membawa pada kehancuran (Aziz, 2004 : 37). Hal ini berdasarkan firman Allah dalam surat Fussilat ayat 33 :

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya : *“Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata, “Sungguh, aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?” (Kementrian Agama RI, 2015 : 480)*

Kalangan remaja sekarang, pacaran menjadi identitas yang sangat dibanggakan. Seorang remaja akan bangga dan percaya diri jika sudah memiliki pacar. Padahal, pacaran adalah budaya orang-orang jahil yang tanpa melalui tata tertib yang tetap, cenderung menghalalkan segala cara. Contoh : boleh jalan berdua, boleh berzina, boleh kapanpun bermaksiat, boleh sembunyi-sembunyi dari orang tua, bebas berbohong, bebas berangan-angan, bebas berandai-andai, tak ada aturan yang mengikat (Shaqr, 2003 : 108).

Fenomena pacaran bukanlah hal tabu yang kita lihat, seperti di lingkungan kampus yang didominasi mahasiswa. Mahasiswa pada umumnya berusia 17 – 25 tahun. Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam merupakan program studi yang menjadi cikal bakal penerus dakwah yang nantinya dihadapkan pada perkembangan teknologi yang selalu berkembang serta tidak lepas dari sebuah media.

Maka dari itu, Nurul Azka (@nunuzoo) hadir membawa suasana baru. Ia aktif dalam bermedia sosial dengan menghadirkan sebuah video dakwah komedi. video yang Nurul Azka usung yaitu tentang “PACARAN”, Nurul Azka mengemas cerita tentang tema tersebut dengan sebuah lelucon. Mengapa media sosial ? Karena media tersebut selalu digunakan oleh orang-orang dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Inilah bentuk dari penyesuaian kegiatan dakwah yang mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi komunikasi. Islam mentransformasikan dirinya sesuai keinginan masyarakat yang selalu berubah-ubah. Dengan mendistribusikan informasi keagamaan atau pesan-pesan yang baik kepada khalayak dengan berbagai bentuk tema, metode penyampaian, dan alat media penyebaran informasinya.

Kegiatan dakwah dengan tampilan berbeda tidak selamanya mendapatkan respon yang positif. Sebagian orang mengatakan video dakwah komedi ini mempunyai unsur untuk mengajak kebaikan dikemas dengan sangat ringan, secara tidak langsung isi pesannya dapat kita terima. Tetapi, disisi lain mengatakan bahwa video dakwah komedi ini hanya sebuah lelucon, humor yang dapat dinikmati sekilas saja, kita tertawa dan terhibur.

Seni memiliki cakupan dan jenis yang beragam, mulai dari seni musik, suara, pahat atau ukir, dan lawakan. Seni dan humor merupakan bagian dari ikhtiar dakwah agar manusia, sebagai penerima dakwah atau yang akan didakwahi, tidak merasa tegang, terganggu, marah, dan sebagainya.

Kehadiran sesuatu yang bersifat humor dalam kegiatan tabligh telah berhasil memberikan warna tersendiri. Dengan sisipan humor, tabligh Islam menjadi sangat menawan, atraktif, dan super-motivatif.

Adapun posisi humor dalam sudut pandang Islam, menurut Aang Ridwan (2010) humor dapat disebut sebagai warisan *turats* Islam. Berikut penjelasannya :

1. Al-Qur'an. Hal ini tertera pada surat An-Najm ayat 43 :

وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكَ وَأَبْكَى

Artinya: *“Dan sesungguhnya dialah yang menjadikan orang tertawa dan menangis”* (Kementrian Agama RI, 2015 : 527)

2. As-Sunnah. Sebuah riwayat menyebutkan : “Beliau lama tidak mengajakku bepergian sampai tubuhku gemuk dan aku lupa akan kejadian itu. Suatu ketika aku bepergian lagi bersama beliau. Beliau pun berkata kepada para sahabatnya. ‘Silahkan kalian berjalan duluan.’ Para sahabat pun kemudian berjalan lebih dulu. Kemudian beliau berkata kepadaku, ‘Marilah kita berlomba’. Saat itu aku lupa terhadap kemenanganku pada waktu yang lalu dan kini badanku sudah gemuk. Aku berkata, ‘Bagaimana aku dapat mendahului engkau, wahai Rasulullah, sedangkan keadaanku seperti ini ?’ beliau menjawab,

‘Marilah kita mulai’. Aku pun melayani ajakan berlomba dan ternyata beliau mendahului. Beliau tertawa seraya berkata, ‘Ini untuk menebus kekalahanku dalam lomba yang dulu’” (HR. Ahmad dan Abi Dawud).

3. Warisan Islam. Seperti seorang sufi yang bernama Abu Nawas, beliau sangat pandai dalam menyisipkan humor dalam setiap petuahannya. Humor yang ia sisipkan adalah humor yang menawarkan sebuah perenungan di setiap akhir kisahnya.

Di sisi lain, humor yang berlebihan dikhawatirkan akan menggeser hakikat dakwah sebagai kegiatan normatif menjadi semacam dagelan dan guyonan belaka. Perubahan hakikat tuntunan menjadi tontonan, sebagaimana dikhawatirkan banyak pihak, tampaknya akan terjadi jika humor dalam dakwah bukan diposisikan sebagai sisipan yang sifatnya sekunder, tetapi sebagai konten atau inti pesan yang primer.

Setiap mahasiswa terutama mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tentu mempunyai pemahaman yang berbeda-beda mengenai cara seseorang berdakwah. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya latar belakang, kepercayaan, nilai-nilai, emosi, dan kondisi psikologis.

Ketertarikan peneliti untuk meneliti video dakwah komedi Nurul Azka, karena Video Dakwah Komedi merupakan bagian dari Dakwah atau mengajak kebaikan dengan tampilan yang berbeda, tidak seperti yang biasa kita lihat. Namun beberapa respon dari pengguna media sosial yang bervariasi, baik negatif atau positif, maka peneliti mencoba meneliti dengan cara ingin mengetahui persepsi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) UIN Walisongo Semarang tentang video Dakwah Komedi.

Namun, perlu diketahui tema ini hanyalah sebagai video dakwah komedi yang diteliti. Peneliti hanya ingin mengetahui persepsi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam tentang video dakwah komedi dalam akun instagram @nunuzoo.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah Persepsi Mahasiswa KPI tentang Video Dakwah Komedi dalam akun Instagram @nunuzoo ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan persepsi Mahasiswa KPI tentang video dakwah komedi dalam akun Instagram @nunuzoo.
2. Manfaat Penelitian :
 - a) Manfaat Teoritis :

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah keilmuan, memperluas wawasan penelitian serta memberikan sumbangan perkembangan penelitian keilmuan dakwah pengetahuan yang terkait dengan Ilmu Dakwah dan Komunikasi.
 - b) Manfaat Praktis :

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terutama dalam meningkatkan kualitas dakwah serta melatih kekritisian peneliti terhadap pemanfaatan media dakwah baru di era sekarang yaitu instagram.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menyatakan keaslian penelitian ini, maka perlu adanya kajian pustaka dari penelitian yang terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis kaji.

Adapun penelitian tersebut diantaranya adalah :

1. Fifit Difika (2016), berjudul “*Dakwah melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauww, Aa Gym, Arifin Ilham)*”. Skripsi ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif dengan jenis penelitian *content analysis*. Penelitian diatas mendeskripsikan dan menganalisis materi dakwah

yang terdapat dalam Instagram Yusuf Manyur, Felix Siauw, Aa Gym dan Arifin Ilham.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym, dan Ustadz Arifin Ilham di dalamnya mengandung materi Dakwah dan nilai-nilai keagamaan. Materi dakwah meliputi Akidah, Akhlak, Sosial dan Amar Ma'ruf.

2. Zulhidayat (2014), *"Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin Makassar Terhadap Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans TV"*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin Makassar terhadap ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans TV dinilai berkualitas. Faktor yang mempengaruhi responden untuk menonton ada tiga yaitu sebagai penceramah, rasa ingin tahu dan faktor kebetulan. Terdapat persamaan antara penelitian yang penulis teliti dengan tinjauan pustaka diatas yaitu, persamaan pada bagian fokus penelitian yaitu meneliti tentang persepsi (tanggapan).

3. Muhammad Harith bin Mohd Noh (2017), berjudul *Persepsi Mahasiswa Terhadap Dakwah melalui Nasyid Modern (Studi pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang)*. Penelitian ini bertujuan mencari bagaimana persepsi Mahasiswa UIN Raden Fatah terhadap Nasyid Modern. Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif dengan Metode Observasi, dokumentasi dan angket.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 40 orang responden mendapat persepsi yang sedang dan materi dakwah melalui nasyid modern juga berada pada tahap sedang manakala terdapat hubungan yang sangat kuat antara persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang terhadap dakwah melalui nasyid modern.

4. Hanik Malihatin (2012), berjudul *Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang Tentang Blog sebagai Media Dakwah*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan blog dakwah dan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang tentang blog sebagai media dakwah. Jenis penelitiannya adalah Kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang tentang blog sebagai media dakwah bahwa 67% menyatakan Blog menjadi gaya hidup sesuai dengan perkembangan IT. 80% mahasiswa menyatakan blog menjadi sebuah media dakwah yang dianggap bagus dan menarik bagi kegiatan dakwah di era perkembangan IT seperti sekarang. 47% menyatakan bahwa kelebihan dakwah dengan media blog tidak mengenal jarak dan waktu. Sedangkan 67% mahasiswa menyatakan kekurangannya adalah tidak semua orang mengenal blog. Dan sebanyak 87% mahasiswa menganggap bahwa blog dakwah yang ideal adalah blog yang tetap berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Hanik Malihatin adalah pada aspek media, sama-sama menggunakan media Internet, perbedaannya Hanik Malihatin adalah fokus penelitiannya, peneliti menjadikan Instagram sebagai Media atau bahan penelitian sedangkan Hanik Malihatin Blog menjadi bahan penelitiannya.
5. Ana Fatkhiyyah (2017), berjudul *Persepsi Jamaah terhadap Penggunaan Parabahasa dan Gerakan Tangan dalam Dakwah Habib Muhammad Firdaus (Studi Kasus Jamaah Majelis Al-Muqorrobin Kendal)*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui persepsi Jamaah Al-Muqorrobin Kendal terhadap penggunaan parabahasa dan gerakan tangan dalam Dakwah Habib Muhammad Firdaus. Metode yang digunakan ialah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling snowball*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan parabahasa, menunjukkan tanggapan dan penilaian jamaah cukup positif terhadap inovasi yang dilakukan. Terhadap gerakan tangan dinilai terkadang efektif, terkadang juga tidak efektif.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, yakni penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Margono, 2003 : 36). Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari dan menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, atau membuat prediksi (Rahmat, 2009 : 24).

Penelitian kualitatif ini bertujuan menjelaskan persepsi mahasiswa tentang dakwah komedi di instagram. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan dapat menjelaskan persepsi mahasiswa tentang dakwah komedi yang diteliti. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2006 : 56 – 57).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan berdasarkan kriteria yang telah peneliti tentukan, yaitu mahasiswa yang mempunyai akun instagram, kemampuan kognitif (IPK), telah mengambil mata kuliah Dakwah Multimedia.

2. Definisi Konseptual

Penelitian ini selayaknya mempunyai konsep yang jelas bagi unsur-unsur masalah yang diteliti. Oleh karena itu perlu adanya batasan definisi dari judul “Persepsi Mahasiswa KPI tentang Dakwah Komedi di Instagram (Studi Analisis akun @nunuzoo)”.

- a. Persepsi adalah Pandangan, pendapat, atau pemahaman individu terhadap suatu fenomena atau objek. Meskipun setiap individu

mendapat stimulus yang sama, namun hanya stimulus yang menarik perhatian individu yang akan mendapatkan respon. Mahasiswa akan memiliki persepsi, respon dan sikap yang berbeda-beda dalam memahami objek yang sama. Maka dari itu, penulis menggunakan indikator sebagai rujukan pertanyaan, seperti berikut :

- 1) Komponen Kognitif, terdiri dari pengetahuan dan informasi. Pengetahuan akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek yang dilihat.
 - 2) Komponen Afektif, terdiri dari Perasaan dan Sikap . Berkaitan dengan perasaan yang timbul bila ada perubahan apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci.
 - 3) Komponen Konatif, terdiri dari Tindakan dan Kebiasaan. Berhubungan dengan tingkah laku atau perilaku yang nyata dapat diamati yang meliputi pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.
- b. Dakwah Komedi adalah Sebuah dakwah yang dibalut dengan Komedi atau sesuatu yang mengundang orang untuk tertawa. Sisipan humor yang melebihi porsi akan dikhawatirkan akan menggeser hakikat tabligh sebagai kegiatan normatif menjadi semacam dagelan dan guyonan belaka. Perubahan hakikat tuntunan menjadi tontonan, sebagaimana dikhawatirkan banyak pihak, tampaknya akan terjadi jika humor dalam tabligh bukan diposisikan sebagai sisipan yang sifatnya sekunder, tetapi sebagai konten atau inti pesan yang primer. Namun demikian, hubungan diantara keduanya adalah simbiosis mutualisme. Maka dari itu penulis menentukan syarat etis dan estetika humor dakwah sebagai indikator seperti berikut :

Syarat etis humor dakwah yaitu :

- 1) **Edukasi**, Humor yang memiliki kandungan pesan mendidik dan membawa misi pencerahan.

- 2) **Kritis**, humor yang bisa menstimulus muballigh untuk melakukan analisis terhadap sejumlah ketimpangan dan ketidakseimbangan realitas kehidupan.
- 3) **Tidak rasis**, humor yang tidak berisi hinaan, penodaan, dan citraan stigmatis terhadap seseorang, lembaga, agama, ras, atau golongan.

Syarat estetis humor dakwah, sebagai berikut :

- 1) **Rekreatif**, humor yang bersifat lucu dan menghibur.
- 2) **Inovatif**, humor yang bersifat aktual dan baru.
- 3) **Aplikatif**, humor yang bisa membantu menafsirkan dan menjelaskan pesan tabligh agar mencapai tujuannya.
- 4) **Proporsional**, humor yang disisipkan porsi harus seimbang.

3. Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer. Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2006 : 225). Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo mengenai persepsinya tentang Video Dakwah Komedi di Instagram. Adapun itu, peneliti akan memfokuskan pada mahasiswa yang sesuai dengan kriteria yang dibuat oleh peneliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data merupakan langkah yang paling strategis Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan (Nazir, 1991 : 211). Dalam hal ini peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan ditetapkan secara sengaja oleh peneliti. Lazimnya, didasarkan atas kriteria atau pertimbangan tertentu, jadi tidak melalui proses pemilihan sebagaimana

yang dilakukan dalam teknik *random* (Faisal, 2005 : 67). Informan Penelitian ini mengambil informan Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo angkatan 2013 - 2016 yang masih berstatus sebagai mahasiswa. Terdapat 543 mahasiswa, namun tidak semua mahasiswa akan menjadi responden dalam penelitian. Peneliti akan memilih 17 informan yang sesuai dengan kriteria yang peneliti buat, yaitu :

- a. Mahasiswa yang mempunyai akun instagram.
- b. Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) diatas 3,0.
- c. Telah mengambil Mata Kuliah Dakwah Multimedia.

Agar dapat memperoleh data yang relevan dengan fokus tujuan, maka pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan dua teknik, yakni:

a) Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Peneliti melakukan wawancara terstruktur kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan jurusan Komunikasi Penyiaran Islam yang telah menyaksikan Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Namun tidak semua mahasiswa akan menjadi informan, karena peneliti menggunakan teknik *purposive*. Pengambilan informan dengan teknik *purposive* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2006 : 126). Peneliti telah menentukan syarat informan sesuai dengan kriteria penjelasan diatas.

b) Dokumentasi

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti dalam data adalah dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau

variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2002 : 206). Dokumentasi ini sebagai langkah dalam penelitian, dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang diteliti yaitu mengumpulkan video-video dakwah komedi yang di publikasikan dalam Instagram Nurul Azka (@nunuzoo).

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit; melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2006 : 244).

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif, yakni data yang telah dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata gambar-gambar, dan kebanyakan bukan angka-angka. Jika ada angka-angka sifatnya hanya sebagai penunjang. Deskripsi atau narasi tertulis sangat penting dalam pendekatan kualitatif, baik dalam pencatatan data maupun untuk penyebaran hasil penelitian (Danim, 2002 : 61).

Alur analisis menurut Miles dan Huberman. Proses analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan 3 tahap, yaitu :

a) Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Reduksi data dalam penelitian ini ialah memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk

memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab rumusan permasalahan penelitian tentang persepsi mahasiswa terhadap video dakwah komedi di Instagram.

Kemudian menyederhanakan dan menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting yang berkaitan dengan penelitian.

b) Display Data

Pada penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan setelah mereduksi data. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Display data diarahkan agar hasil reduksi terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga semakin mudah dipahami.

Display data dalam penelitian ini merupakan sekumpulan informasi yang tersusun mengenai hal-hal yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa terhadap video Dakwah Komedi di Instagram.

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c) Verifikasi dan penarikan Kesimpulan

Dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang paling kredibel.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penelitian skripsi, peneliti membuat sistematika penulisan. Sistematika penulisan diantaranya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian (meliputi : Jenis dan pendekatan penelitian, Sumber data, Teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data) dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI PERSEPSI, INSTAGRAM DAN DAKWAH KOMEDI

Bab ini berisi mengenai penjelasan persepsi, proses terjadinya persepsi. New media Instagram yang didalamnya terdapat Pengertian, Sejarah, Fitur, dan sebagainya. Selanjutnya secara umum Dakwah Komedi.

BAB III GAMBARAN UMUM FAKULTAS DAKWAH KOMUNIKASI UIN WALISONGO DAN HASIL WAWANCARA MAHASISWA KPI TENTANG DAKWAH KOMEDI DALAM AKUN INSTAGRAM @nunuzoo

Bab ini akan dibahas tentang gambaran umum Fakultas Dakwah Komunikasi serta jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan hasil wawancara mahasiswa KPI tentang dakwah komedi Nurul Azka.

BAB IV ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA KPI TENTANG DAKWAH KOMEDI DI INSTAGRAM (Studi Analisis akun @nunuzoo)

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian berdasarkan analisis persepsi mahasiswa tentang Dakwah Komedi di Instagram tentang Video Dakwah Komedi Nurul Azka (@nunuzoo).

BAB V PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan yang dibahas. Selain itu juga penulis mencantumkan saran-saran serta diikuti dengan uraian kata penutup. Setelah

penutup dibagian akhir akan dicantumkan daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan biodata penulis.

BAB II

KAJIAN TEORI TENTANG PERSEPSI, INSTAGRAM, DAN DAKWAH KOMEDI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Menurut Mulyana (2016 : 168) persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian – balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Selanjutnya Mulyana mengemukakan persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan lain.

Menurut Bimo Walgito, persepsi merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Menurut Sarlito W. Sarwono dalam buku Pengantar Umum Psikologi (1982 : 44), persepsi atau yang disebut juga sebagai kemampuan untuk mengorganisasikan pengamatan adalah kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan.

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi (2011 : 50) mengatakan bahwa Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*).

Sedangkan menurut Clifford T.Morgan, "*Perception is the process of discriminating among stimuli and of interpreting their meanings*". (Persepsi adalah proses membedakan antara banyak rangsangan dan proses menerjemahkan maksud-maksud rangsangan tersebut) (Morgan, 1961 : 299)

Kemudian menurut Sunaryo, persepsi dibedakan menjadi 2 macam yaitu *External Perception* dan *Self Perception*. *External*

Perception adalah persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu. Sedangkan *Self Perception* adalah persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam individu.

Menurut Young, persepsi merupakan aktivitas mengindra, mengintegrasikan, dan memberikan penilaian pada objek-objek fisik maupun objek-objek sosial.

Dari beberapa definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi adalah sebuah penafsiran seseorang tentang suatu pengalaman mengenai objek atau peristiwa yang dilihat secara inderawi dan menafsirkan sesuai pada tingkat pemahaman masing-masing yang tidak terlepas dari rangsangan yang datang dari luar (*External Perception*) dan rangsangan dari dalam individu (*Self Perception*).

2. Prinsip dasar Persepsi

Berikut prinsip dasar Persepsi yaitu :

- a. Persepsi bersifat relatif bukan absolut. Seseorang tidak dapat menyimpulkan secara persis terhadap suatu peristiwa yang dilihatnya, tetapi secara relatif seseorang dapat menerka terhadap suatu peristiwa berdasarkan kenyataan dari sebelumnya.
- b. Persepsi bersifat Selektif. Rangsangan yang diterima akan tergantung pada apa yang pernah dipelajari dan apa yang pernah menarik perhatiannya. Ini berarti bahwa ada keterbatasan dalam kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan.
- c. Persepsi mempunyai tatanan. Orang menerima rangsangan tidak dengan cara sembarangan. Ia akan menerimanya dalam bentuk hubungan-hubungan atau kelompok. Jika rangsangan tidak datang lengkap maka ia akan melengkapinya sendiri sehingga hubungan itu menjadi jelas.
- d. Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan. Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan pesan mana yang akan

dipilih untuk diterima. Selanjutnya bagaimana pesan yang dipilih akan ditata dan demikian pula bagaimana pesan akan diinterpretasikan.

- e. Persepsi seseorang dapat jauh berbeda dengan persepsi orang lain sekalipun situasinya sama. Bahwa perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan individual, sikap, dan motivasi (Slameto, 2010 : 103).

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi

Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa faktor yang sangat mempengaruhi persepsi adalah perhatian (Jalaluddin, 2011 : 50). Sedangkan faktor perhatian dibagi menjadi 2 yakni faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal

Individu sebagai faktor internal saling berinteraksi dalam individu mengadakan persepsi. Mengenai keadaan individu yang dapat mempengaruhi hasil persepsi datang dari dua sumber, yaitu berhubungan dengan segi kejasmanian dan segi psikologis. Bila sistem fisiologis terganggu, hal tersebut akan berpengaruh dalam persepsi seseorang. Sedangkan segi psikologis yaitu antara lain mengenai pengalaman, perasaan, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi (Walgito, 2010 : 46).

2. Faktor Eksternal

a. Stimulus

Stimulus dapat dipersepsi, jika stimulus cukup kuat. Bila stimulus berwujud benda-benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi, karena benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi.

b. Lingkungan

Lingkungan melatar belakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi bila objek persepsi adalah manusia. Objek dan lingkungan yang melatar belakangi obyek merupakan kesatuan yang sulit dipisahkan. Objek yang sama dengan situasi sosial yang berbeda dapat menghasilkan persepsi yang berbeda (Walgito, 2010 : 47)

Persepsi muncul karena adanya stimulus, maka stimulus harus cukup kuat dan stimulus harus memiliki kejelasan. Selain itu, keadaan individu juga dapat menjadi faktor pembentukan persepsi terhadap obyek yang dipersepsikan. Keadaan jasmani dan psikologis menjadi faktor keadaan individu yang dapat mempengaruhi persepsi. Sedangkan segi psikologi yang dipaparkan diatas yaitu pengalaman, perasaan, kemampuan berfikir, kerangka acuan dan motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi. Dari pemaparan diatas, maka persepsi dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu :

1. Obyek yang dipersepsikan. Obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.
2. Alat Indra (termasuk syaraf dan pusat susunan syaraf). Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.
3. Perhatian. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran disaat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi jika kita mengkonsentrasikan pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera lain. Perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan

dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang diajukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Baltus adalah :

- a. Kemampuan dan keterbatasan fisik dari alat indera dapat mempengaruhi persepsi untuk sementara waktu ataupun permanen.
- b. Kondisi Lingkungan.
- c. Pengalaman masa lalu. Bagaimana cara individu untuk menginterpretasikan atau bereaksi terhadap suatu stimulus tergantung dari pengalaman masa lalunya.
- d. Kebutuhan dan keinginan. Ketika seorang individu membutuhkan atau menginginkan sesuatu maka ia akan terus berfokus pada hal yang dibutuhkan dan diinginkannya tersebut.
- e. Kepercayaan, Prasangka dan nilai. Individu akan lebih memperhatikan dan menerima orang lain yang memiliki kepercayaan dan nilai yang sama dengannya. Sedangkan prasangka dapat menimbulkan bias dalam mempersepsi sesuatu.

Sedangkan menurut Chaplin, Persepsi secara umum bergantung pada faktor – faktor perangsang, cara belajar, keadaan jiwa atau suasana hati, dan faktor – faktor motivasional. Maka, arti suatu objek atau satu kejadian objektif ditentukan baik oleh kondisi perangsang maupun faktor – faktor organisme. Dengan demikian, persepsi mengenai dunia oleh pribadi – pribadi yang berbeda juga akan berbeda karena setiap individu menanggapiya berkenaan dengan aspek-aspek situasi tadi yang mengandung arti khusus sekali bagi dirinya.

4. Syarat – syarat Terjadinya Persepsi

Persepsi merupakan keadaan yang *integrated* dari individu yang bersangkutan, maka apa yang ada dalam diri individu, pengalaman – pengalaman individu akan ikut aktif dalam persepsi individu. Agar individu dapat menyadari, dapat mengadakan persepsi, adanya beberapa syarat yang perlu dipenuhi (Walgito, 2010 : 53 – 54), yaitu :

- a. **Adanya objek yang dipersepsikan**, kemudian objek tersebut, menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor.
- b. **Adanya perhatian**, sebagai langkah pertama untuk mengadakan persepsi.
- c. **Adanya alat indera atau reseptor**, sebagai penerima stimulus dan syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan ke otak lalu dari otak dibawa melalui syaraf motorik sebagai alat untuk mengadakan respon.

5. Aspek – aspek Persepsi

Menurut Allport, aspek-aspek persepsi ada 3 yaitu :

1. Komponen Kognitif, komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek sikapnya. Dari sini, pengetahuan akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek tersebut. Indikatornya sebagai berikut :
 - a) Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui kepandaian yang berhubungan dengan segala sesuatu yang berkenaan sesuatu hal (KBBI, 2008 : 1377).
 - b) Informasi adalah pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu (KBBI, 2008 : 535).
2. Komponen Afektif, afektif berhubungan dengan perasaan yang timbul bila ada perubahan apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci. Indikatornya sebagai berikut :
 - a) Perasaan adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mempertimbangkan dan mengukur sesuatu menurut rasa senang dan tidak senang.

- b) Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan terhadap suatu objek.
- 3. Komponen Konatif, berhubungan dengan tingkah laku atau perilaku yang nyata dapat diamati yang meliputi pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Indikatornya sebagai berikut :
 - a) Tindakan adalah sesuatu yang dilakukan (KBBI, 2008 : 1339).
 - b) Kebiasaan adalah sesuatu yang biasanya dikerjakan, antara pola untuk melakukan tanggapan terhadap situasi tertentu yang dipelajari oleh seseorang individu dan yang dilakukan secara berulang untuk hal yang sama (KBBI, 2008 : 186).

Ketiga komponen inilah, seseorang biasanya mencoba menduga bagaimana sikap ini (kognitif, afektif, dan konatif) pada umumnya berhubungan erat. Namun, seringkali pengalaman “menyenangkan” atau “tidak menyenangkan” yang didapat seseorang di dalam masyarakat menyebabkan hubungan ketiga komponen itu tidak sejalan. Apabila ketiga komponen itu sejalan, maka bisa diramalkan perilaku itu menunjukkan sikap. Tetapi kalau tidak sejalan, maka dalam hal itu perilaku tidak dapat digunakan untuk mengetahui sikap.

6. Proses Terjadinya Persepsi

Proses terjadinya persepsi dimulai dari objek yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses ini dinamai proses kealaman (fisik). Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamai proses fisiologis. Kemudian terjadilah suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran itulah yang disebut proses psikologis. Taraf terakhir dari proses terjadinya persepsi ialah individu menyadari apa yang dilihat, didengar ataupun yang dirasakan melalui

stimulus yang diterima oleh alat indera atau reseptor (Walgito, 2010 : 102). Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi yang sebenarnya.

Sedangkan proses terjadinya persepsi didasari pada beberapa tahapan sebagai berikut :

a. Stimulus

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir dalam lingkungannya.

b. Registrasi

Suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syaraf seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya. Kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi bergantung pada cara pendalamannya, motivasi dan kepribadian seseorang.

7. Karakteristik Persepsi

Irvin T. Rock (Muchtar, T. W. 2007 : 14 – 15) menjelaskan, karakteristik seseorang terhadap suatu objek meliputi :

- a. Proses mental yang berfikir, yang menimbang hal – hal yang dianggap paling baik dari beberapa macam pilihan.
- b. Perseptor dalam mempersiapkan sesuatu tidak terlepas dari latar belakang perseptor.
- c. Persepsi dapat dijadikan dasar bagi seseorang untuk menseleksi dan mengambil tindakan.
- d. Secara umum dalam mempersepsikan sesuatu, seseorang harus dibekali pengetahuan, panca indera, dan kesadaran lingkungan.

Dari uraian diatas, maka jelaslah bahwa dunia persepsi mempunyai dimensi ruang dan waktu dengan struktur yang menyatu dengan konteksnya. Pengalaman indera individu akan sangat tergantung kepada intensitas dan sifat-sifat rangsang yang diterimanya. Luas sempitnya individu dalam mempersepsikan sesuatu akan dipengaruhi oleh latar belakang individu.

8. Jenis – jenis Persepsi

Menurut Dedy Mulyana (2016 : 184), persepsi terbagi dua : Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dn persepsi sosial (persepsi terhadap manusia). Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. Perbedaan kedua persepsi tersebut, ialah :

- a) Persepsi terhadap objek melalui lambang – lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan non-verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b) Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsi anda ketika anda mempersepsi objek-objek itu. Akan tetapi manusia mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia bersifat interaktif.
- c) Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek. Persepsi terhadap manusia lebih beresiko daripada persepsi terhadap objek.

Persepsi terhadap manusia (Persepsi Sosial) adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas disekelilingnya. Beberapa prinsip mengenai persepsi sosial yang menjadi pembeda atas perbedaan persepsi sosial (Mulyana, 2016 : 191 – 207), ini sebagai berikut :

- a) Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu Persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa.
- b) Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapat rangsangan inderawi sekaligus, untuk itu perlu selektif dari rangsangan yang paling penting. Untuk itu adanya suatu rangsangan merupakan faktor utama menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.
- c) Persepsi bersifat dugaan. Persepsi bersifat dugaan terjadi oleh karena data yang kita peroleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap.
- d) Persepsi bersifat evaluatif. Terkadang seseorang menafsirkan pesan sebagai suatu proses kebenaran, akan tetapi terkadang alat indera dan persepsi kita menipu kita, sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas yang sebenarnya.
- e) Persepsi bersifat kontekstual. Merupakan pengaruh paling kuat dalam mempersepsi suatu objek. Konteks yang melingkungi kita ketika melihat seseorang, sesuatu objek atau suatu kejadian sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan prinsipnya yaitu : kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan, kecenderungan mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian yang terdiri dari struktur dan latar belakangnya.

B. Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan” (Pengertian instagram, 2012, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada tanggal 03 April 2017). Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “instan-telegram” (Putri, 2013:14). Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10)

2. Sejarah Instagram

Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di startup yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (Apple), Bill Gates pendiri (Microsoft), Mark Zuckerberg (Facebook), Matt Mullenweg pendiri (Wordpress), google dan sebagainya adalah para

inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda (Atmoko, 2012 : 10).

Diresmikan pada tanggal 06 Oktober 2010, oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya. Kevin adalah sarjana lulusan Stanford University pada tahun 2006 dengan jurusan Management Science & Engineering. Kevin mulai mengenal startup sejak magang di Odeo yang kemudian bernama Twitter. Dua tahun setelah itu, Kevin bekerja di google yang mengerjakan gmail, google reader, dan lainnya termasuk tim Corporate Development. Setelah keluar dari google, Kevin bekerja di perusahaan Nextstop, ditempatkan di bagian pemasaran dan melakukan banyak hal mengenai engineering. Di perusahaan ini, Kevin menuangkan ide-idenya dengan belajar bagaimana membuat program, salah satu ide yang paling menarik perhatiannya adalah mengombinasikan elemen FourSquare (Check in) dengan elemen Mafia Wars. Kemudian lahirlah nama Burn. Kevin kemudian membangun sebuah prototipe dari ide HTML dan menyerahkannya kepada beberapa teman. Dalam waktu dua minggu Mike Krieger masuk ke dalam tim Burn, Mike merupakan alumni dari Stanford University dengan jurusan Symbolic Systems dengan fokus pada Human Computer Interaction. Selama masa kuliah, Mike magang di Microsoft untuk tim Power Point dan Foxmarks (Xmarks) sebagai Software developer.

Mike dan Kevin membuat sebuah versi prototipe pertama dari Burbn, yang berfokus pada foto saja. Namun di dalamnya masih banyak kendala dan belum sempurna, sehingga Kevin dan Mike memutuskan untuk kembali menciptakan versi asli Burn. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam iphone, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto,

itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial Instagram. Karena passion Kevin di bidang fotografi, ternyata tren pengguna Burn lebih banyak memanfaatkan fitur photo sharing dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah prototipe aplikasi photo sharing (Atmoko, 2012:7). Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “right here right now” dengan ide merekam sesuatu dalam 13 kehidupan pengguna.

Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram. Kevin dan Mike selama delapan minggu melakukan perbaikan Burn untuk bertransformasi menjadi Instagram (IG) yang hanya fokus ke layanan berbagai foto, dan menganalisis kelebihan dan kekurangannya, dari analisis tersebut, ada tiga hal yang menjadi dasar Kevin dan Mike mengembangkan aplikasi ini.

Pertama, foto mobile terlihat kurang memuaskan. Meskipun jumlah megapiksel pada kamere ponsel terus naik, kebanyakan foto mobile tidak memiliki mood dan tone, Instagram berupaya untuk mengubahnya dengan cara sederhana untuk foto menggunakan beberapa preset filter hanya dengan satu klik. Salah satu yang dijadikan ciri khas adalah membuat efek filter, pembuatan filter ini merupakan kombinasi dari banyak metode yang berbeda.

Kedua, kesulitan untuk berbagai kesemua teman-teman, IG (Instagram) kemudian membuat cara yang sangat sederhana untuk berbagai foto tidak hanya dengan pengikutnya dalam komunitas Instagram, tetapi juga dengan Facebook, Twitter, Flickr, dan Tumblr. Semuanya hanya dengan satu klik.

Ketiga, butuh waktu yang sangat lama untuk upload foto dan melihatnya pun sangat lambat, Instagram berupaya membuat

pengalaman mengunggah, berbagi, dan melihat foto sehalus dan secepat mungkin dengan perangkat iphone terbaru atau yang lama sekalipun.

3. Fitur-fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut :

- a) Home Page : halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll* mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.
- b) Comments : layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, fotofoto yang ada di Instagram dapat menulis komentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.
- c) Explore : merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.
- d) Profil : pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

- e) News Feed : merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

C. Dakwah Komedi

1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari kata “da’wah” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut “*mashdar*”. Sedangkan dalam bentuk kata kerjanya berarti memanggil, merayu atau mengajak (da’u – yad’u – da’watan) (Saputra, 2011 : 1).

Toha Yahya Omar seperti dikutip Amin mengatakan bahwa dakwah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat (Amin, 2009: 3).

Hal ini tertera dalam Al-Qur’an dalam QS. Ali Imron ayat 104:

وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ
وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”(Kementrian Agama, 2015 : 63)

Abdul Munir Mulkam mengartikan dakwah sebagai usaha mengubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap individu maupun masyarakat.

Secara etimologis dakwah mempunyai makna yang luas dan netral, arti dakwah adalah menyeru atau mengajak orang kepada kebaikan, tetapi juga bisa mengajak kepada keburukan. Namun dalam konsep Islam, dakwah disini mengandung pengertian menyeru atau mengajak orang ke jalan kebaikan, sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai Islam.

2. Dalil tentang Dakwah

Berikut Dalil tentang Dakwah sebagai berikut :

a) Surat Ali ‘Imron ayat 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ ۚ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ
الْفَاسِقُونَ

Artinya : “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”. ” (Kementerian Agama, 2006 : 65)

b) Surat An Nahl ayat 125

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Kementerian Agama, 2006 : 282).

c) Hadits tentang Dakwah

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعِزَّهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ
وَذَلِكَ أَوْعَفُ الْإِيمَانِ (رواه صحيح مسلم)

Artinya : *“Barangsiapa yang melihat kemungkaran, maka cegahlah dengan tanganmu, apabila belum bisa, maka cegahlah dengan mulutmu, apabila belum bisa, cegahlah dengan hatimu, dan mencegah kemungkaran dengan hati adalah pertanda selemah-lemah iman”* (HR. Shahih dan Muslim)

3. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan aktifitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi.

Dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Dengan kata lain, dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam. Tidak dapat dibayangkan bila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan yang disebabkan oleh berbagai factor. Lebih-lebih pada era globalisasi sekarang ini teknologi informasi semakin berkembang, masuk begitu cepat dan instan.

Dalil tujuan dakwah sebagai berikut :

a) Agar Manusia Beriman (Surat Al Fath ayat 8 – 9)

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا. لِيُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَنُعَزِّرُوهُ وَنُقْضِيَهُ
وَنُسَبِّحُوهُ بُكْرَةً وَأَصِيلًا

Artinya : *”Sesungguhnya, Kami mengutusmu sebagai saksi pembawa berita gembira, dan pemberi peringatan. Supaya kamu sekalian beriman kepada Allah Swt. dan Rasul-Nya menguatkan*

(agama)-Nya, membesarkan-Nya, dan bertasbih kepada-Nya di waktu pagi dan petang.” (Kementerian Agama RI, 2015 :511)

- b) Mengajak dan Menuntun Ke Jalan yang Lurus (Surat Al Mu'min ayat 73)

ثُمَّ قِيلَ لَهُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ تُشْرِكُونَ

Artinya : *"Kemudian dikatakan kepada mereka: "Manakah berhala-berhala yang selalu kamu persekutukan ?"* (Kementerian Agama RI, 2015 : 475)

- c) Menghidupkan Hati yang Mati (Surat Al Anfaal ayat 24)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ

يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah seruan Allah dan seruan Rasul apabila Rasul menyeru kamu kepada suatu yang memberi kehidupan kepada kamu, dan ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dan hatinya dan sesungguhnya kepada-Nya lah kamu akan dikumpulkan".* (Kementerian Agama RI, 2015 : 179)

- d) Agar Manusia Terhindar dari Azab Allah swt (Surat Al Anfaal ayat 25)

وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبُ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : *"Dan peliharalah dirimu daripada siksaan yang tidak khusus menimpa orang-orang yang lalim saja di antara kamu. Dan ketahuilah bahwa Allah amat keras siksaan-Nya."* (Kementerian Agama RI, 2015 : 179)

4. Unsur-unsur Dakwah

Berbagai aktivitas dakwah tentunya mempunyai harapan yang dapat dicapai dan diperoleh dengan jalan melakukan penyelenggaraan dakwah.

Unsur-unsur dakwah dibagi menjadi lima sebagai berikut :

- a. Subjek Dakwah (da'i) : Orang yang menyampaikan pesan dakwah disebut dengan da'i atau komunikator. Subjek dakwah dapat

berupa individu ataupun berupa lembaga-lembaga dakwah (Amin, 2009 : 13).

- b. Objek Dakwah (Mad'u) : Penerima dakwah. Penerima dakwah adalah seluruh umat manusia. Semua berhak menerima ajakan seruan ke jalan Allah swt (Zamroji, 2012 : 76).
- c. Materi Dakwah (*message*) : Yang disampaikan oleh seorang subjek dakwah kepada mad'u. Oleh karena itu, panggilan terhadap materi dakwah yakni Al-Qur'an dan Hadits (Amin, 2009 : 14).
- d. Media Dakwah (Wasilah) : alat yang digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada mad'u. Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu : Lisan, Tulisan, Lukisan, Audiovisual, dan Akhlak (Munir, Ilaihi, 2012 : 32).
- e. Metode Dakwah : cara atau strategi yang harus dimiliki oleh Da'i, dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya.

5. Pengertian Komedi (Humor)

Telah diketahui objek dakwah adalah manusia, makhluk berperasaan. Perasaannya sangat peka terhadap setiap stimulus (dakwah) yang dijumpainya. Bukan hanya cara pandang yang dapat menghalangi seseorang menerima dakwah. Misalnya, cara pandang yang penuh curiga dan kebencian atau fobia terhadap seruan Islam, tetapi juga karena cara pandang yang *under estimate* terhadap pelaku dakwahnya.

Faktor perasaan juga akan menentukan sikap seseorang terhadap dakwah. Perasaan erat hubungannya dengan keindahan, kesucian, dan kelembutan. Dari sinilah keberadaan seni, termasuk humor, turut ambil bagian dalam mengendalikan perasaan seseorang.

Komedi memiliki asal kata Yunani yaitu *komos* atau *komai* dan *oda*. *Komos* berarti *revel* (suka ria), sementara *komai* berasal dari kata

yang merujuk pada village (desa), sementara *oda* diartikan oda atau lagu.

Komedi merupakan suatu bentuk drama yang membuat kita tertawa dan memiliki akhir bahagia. Komedi hadir dalam bentuk sastra, gambar, maupun bentuk seni lain yang mengandung unsur lucu di dalamnya. Lebih lanjut ditegaskan dalam *The encyclopedia of Philosophy* yang diterbitkan Routledge mengenai komedi :

Comedy began at about the same time as tragedy, and because they represent alternative attitudes toward basic issues in life, it is useful to consider them together. Unfortunately, several traditional prejudices discriminate against comedy and in favour of tragedy. (The Encyclopedia of Philosophy, 2000 : 151)

Komedi memiliki karakteristik menarik yaitu mengarah pada sikap pragmatis dan egalitarian. Komedi menampilkan diri sebagai perkara mental seseorang dalam mengarungi hidup yang jauh dari kesan ideal.

Sedangkan humor merupakan suatu kecenderungan mental yang mengarah kepada temperamen yang menyenangkan, mampu menikmati anekdot, lelucon, maupun kritikan.

Humour is currently a disposition towards pleasantry, often realized in the enjoyment of anecdotes, jokes, puns, repartee, riddles, wisecracks, and witticism (The Oxford Companion to the Language, 1992 : 486).

Humor juga diartikan sebagai kemampuan untuk menerima maupun mengekspresikan lelucon, suatu kualitas kelucuan yang mampu memancing tawa.

Humor mengekspresikan sesuatu yang esensial dari manusia, yakni sisi humanitas manusia (*the humanity of the human*). Memasuki wilayah komedi yang di dalamnya manusia menikmati humor, sebenarnya seperti memasuki sebuah arena judi dimana ia bertarung dengan segala latar belakang sosial untuk melihat apa yang tersaji di

dalam komedi dan membiarkan diri untuk menerima perbedaan sekaligus menerima diri ikut berbeda.

Komedi merupakan bagian dari ikhtiar dakwah agar manusia sebagai penerima dakwah atau yang akan di dakwahi, tidak merasa tegang, terganggu, marah, dan sebagainya. Seni kadang diartikan sebagai cara yang sangat mempertimbangkan sisi terdalam kemanusiaan seseorang. Dengan bakat atau keunggulan pendakwah, tampilan dakwah dikemas sedemikian rupa seperti menyisipkan humor, syair, pantun, dan mungkin juga lagu-lagu yang bersifat menghibur serta menggembirakan.

Herbert M. Lefcourt, dalam *Handbook of Positive Psychology*, seperti dikutip Jalal, melaporkan amat perinci tentang fungsi dan manfaat humor pada kesehatan fisik serta mental :

- 1) humor sebagai alat positif dalam pemulihan dari kesakitan.
- 2) humor sebagai cara *koping* yang efektif.
- 3) humor dapat memperbaiki fungsi sistem imun.
- 4) humor dapat mengatasi goncangan fisiologis karena stress.
- 5) humor sebagai aset positif untuk menghadapi kematian.

Pengertian humor yang paling populer dalam kehidupan masyarakat Indonesia adalah sesuatu yang lucu atau dapat menimbulkan kegelian atau tawa. Dalam Ensiklopedia Indonesia (1982 : 1.875), humor di definisikan sebagai sesuatu yang tidak biasanya sehingga menimbulkan orang tertawa; paduan antara rasa kelucuan yang halus di dalam diri manusia dan kesadaran hidup yang iba dengan sikap simpatik. Humor adalah gejala yang dapat merangsang kita untuk tertawa dan tersenyum.

6. Syarat Komedi (Humor) Dakwah

Dalam standar etis, humor yang bisa disisipkan dalam tabligh adalah humor yang setidaknya memiliki empat kriteria yaitu :

- 1) **Edukasi**, Humor yang memiliki kandungan pesan mendidik dan membawa misi pencerahan.

- 2) **Kritis**, humor yang bisa menstimulus muballigh untuk melakukan analisis terhadap sejumlah ketimpangan dan ketidakseimbangan realitas kehidupan. Yang perlu diperhatikan adalah walaupun substansi atau konten humornya berisi kritikan tajam, namun tetap tidak menghilangkan karakter dasar humor yang halus dan tidak provokatif.
- 3) **Tidak rasis**, humor yang tidak berisi hinaan, penodaan, dan citraan stigmatis terhadap seseorang, lembaga, agama, ras, atau golongan. Humor jenis ini masuk ke kategori humor *fasid*, rusak. Humor jenis ini memang kaya dengan muatan-muatan komedian dan unsur komikal lainnya yang bisa mengundang gelak tawa, namun sesungguhnya kosong dari muatan-muatan positif dan konstruktif.
- 4) **Tidak berunsur pornografi**, humor yang tidak mengeksploitasi tubuh dan sensasional badaniyah melalui pembicaraan jorok dan porno (Tajiri, 2015 : 130).

Selain etis, standar kepatutan sisipan humor dalam tabligh adalah estetis. Dalam standar ini, humor yang disisipkan harus memiliki empat kriteria sebagai berikut :

- 1) **Rekreatif**, humor yang bersifat lucu dan menghibur. Ini merupakan watak dasar humor. Bukan humor jika tidak membuat orang tertawa atau terhibur.
- 2) **Inovatif**, humor yang bersifat aktual dan baru.
- 3) **Aplikatif**, humor yang bisa membantu menafsirkan dan menjelaskan pesan tabligh agar mencapai tujuannya. Adakalanya isi pesan tabligh membutuhkan tafsiran dan penjelasan ringan yang mudah dicerna. Humor aplikatif juga bisa menyambungkan isi pesan dengan kenyataan faktual. Kasus-kasus ketidak seimbangan kehidupan dan perilaku-perilaku menyimpang umat manusia yang dikritik oleh Al-Qur'an, telah menjadi celotehan jagad komedi.

- 4) **Proporsional**, humor yang disisipkan porsi nya harus seimbang. Maknanya bukan berarti 50% - 50%, tetapi prinsip humor sebagai sisipan. Humor hanyalah tambahan yang sifatnya sekunder.

BAB III
GAMBARAN UMUM TENTANG FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI DAN HASIL WAWANCARA MAHASISWA KPI
TENTANG DAKWAH KOMEDI DALAM AKUN INSTAGRAM
@nunuzoo

A. Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Fakultas dakwah dan komunikasi (FDK) UIN Walisongo telah melewati sejarah yang panjang. IAIN Walisongo berkaitan erat dengan berdirinya sekolah tinggi Agama Islam di Kudus pada tahun 1963. Rintisan berdirinya IAIN Walisongo berawal dari gagasan Dr. Soenarto Notowidagdo yang menginginkan berdirinya perguruan tinggi Islam yang berpusat di Pantai utara Jawa Tengah.

Kehadiran perguruan tinggi Islam sangat dibutuhkan saat itu, selain sebagai tempat untuk mendalami ajaran Islam (*tafaqquh fi al-din*), menyebarkan agama Islam atau dakwah, juga untuk melawan agitasi PKI. Gagasan tersebut intensif disebarkan ketika Drs. Soenarto Notowidagdo menjadi ketua Lembaga Pendidikan Ma'rufiah NU Jawa Tengah tahun 1958. Gagasan dan pemikiran tersebut baru menjadi kenyataan setelah beliau menjadi bupati Kudus pada tahun 1962.

Setelah melalui berbagai konsultasi dan rapat, akhirnya diputuskan mendirikan perguruan tinggi di Kota Kudus dengan 2 fakultas, yaitu fakultas Agama dan fakultas Ekonomi.

Rintisan pendirian IAIN Walisongo juga dilakukan di Semarang. Pada Desember 1966, Drs. Soenarto Notowidagdo selaku anggota badan Pemerintah Harian Provinsi Jawa Tengah, setelah berkonsultasi dengan banyak pejabat, mengadakan musyawarah dengan tokoh-tokoh muslim untuk merintis berdirinya Fakultas Syari'ah di Semarang.

Pendirian fakultas syari'ah terbengkalai karena berbagai alasan. Rencana fakultas Syari'ah diubah menjadi fakultas Dakwah. Realisasinya

diserahkan kepada Drs. Masdar Helmy dengan dasar putusan MPRS No. II. 1962.

Berdasarkan persetujuan dari Menteri Agama KH. Moh. Dahlan, Drs. Soenarto Notowidagdo membentuk panitia yang bernama pendiri IAIN Walisongo, akhirnya berdasarkan keputusan Menteri Agama RI No. 40 Tahun 1969 tertanggal 22 Mei 1969 panitia IAIN Walisongo resmi sebagai panitia Negara. Kepanitiaan diketuai oleh Drs. Soenarto Notowidagdo.

Untuk mempercepat kerja, panitia mendorong dan membentuk panitia pendiri masing-masing fakultas dengan rincian berikut :

- 1) Drs. H. Masdar Helmy Bersama beberapa anggota ditugaskan untuk merealisasikan berdirinya Fakultas Dakwah di Semarang.
- 2) S. A. Busori dibantu oleh Drs. M. Amir Thoha dan Anggota Panitia setempat ditugaskan untuk mendirikan Fakultas Syari'ah di Bumiayu.
- 3) KH. Ahmad Malik Bersama dengan panitia lainnya, ditugaskan untuk mewujudkan Fakultas Syari'ah di Demak.
- 4) Drs. Soenarto Notowidagdo Bersama panitia yang lain diberi tugas untuk merealisasikan Fakultas Ushuluddin di Kudus.
- 5) KH. Zubair dan panitia pendiri Fakultas Tarbiyah Nahdlatul Ulama yang telah beberapa tahun berdiri, merintis penggabungan Fakultas Tarbiyah Walisongo yang berada di Salatiga.

Pada tanggal 12 Maret 1969, Kuliah Perdana sebagai tanda dibukanya Fakultas Dakwah terlaksana. Kuliah dilaksanakan di Gedung Yayasan Pendidikan Diponegoro Jl. Mugas No. 1 Semarang.

IAIN Walisongo diresmikan pada 6 April 1970. Termasuk Fakultas Dakwah berdasarkan KMA No. 30 tahun 1970. Fakultas Dakwah IAIN Walisongo merupakan Fakultas kedua tertua di lingkungan IAIN se-Indonesia dan menjadi fakultas tertua di IAIN Walisongo yang sekarang telah berubah menjadi UIN Walisongo.

B. Visi dan Misi Fakultas Dakwah Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo sebagai bagian dari Lembaga Pendidikan Tinggi Agama Islam memiliki visi, misi, dan tujuan. Visi dan misi Fakultas Dakwah UIN Walisongo, adalah :

Visi Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Fakultas terdepan dalam Pendidikan, penelitian, penerapan, dan pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi untuk kemanusiaan dan peradaban berbasis kesatuan ilmu pengetahuan di Asia Tenggara tahun 2035.

Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi

- a) Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran ilmu dakwah dan komunikasi berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan yang unggul, interdisipliner, kompetitif, dan berakhlakul karimah.
- b) Mengembangkan ilmu dakwah dan komunikasi berbasis riset.
- c) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset.
- d) Menggali dan menerapkan kearifan lokal dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi.
- e) Menggalang dan mengembangkan kerjasama dalam mengembangkan tridarma perguruan tinggi.

C. Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang tahun 2015 – 2020 (Buku Panduan Sarjana (S1) dan Diploma (D3) UIN Walisongo tahun akademik 2016/2017) :

Tabel 1

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

Semarang

Dekan	Dr. H. Awaluddin Pimay, Lc., M.Ag.
-------	---------------------------------------

Wakil Dekan Bid. Akademik dan Kelembagaan	Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.
Wakil Dekan Bid. Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan	H. M. Alfandi, M.Ag
Wakil Dekan Bid. Kemahasiswaan dan Kerjasama	Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag

D. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Dalam penelitian memfokuskan untuk program studi Komunikasi Penyiaran Islam. Visi dan Misi Program studi sebagai berikut :

Visi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Program studi terdepan dalam Pendidikan, penelitian, penerapan dan pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban di Asia Tenggara tahun 2035.

Misi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

- a) Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran ilmu komunikasi dan penyiaran Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan kompetitif, dan berakhlakul karimah.
- b) Mengembangkan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam berbasis riset untuk kemanusiaan dan peradaban.
- c) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat di bidang komunikasi dan penyiaran Islam berbasis riset.
- d) Menggali dan menerapkan kearifan lokal dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam.
- e) Mengembangkan kerjasama dengan berbagai Lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam.

Tabel 2

Pimpinan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo

Ketua Jurusan	Dr. Hj. Siti Sholikhati, M.A
Sekretaris Jurusan	Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom
Staf	Suroso, M.S.I

Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam bertujuan menghasilkan output sarjana yang memiliki keahlian dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, cakap dalam bidang ilmu dakwah dan ilmu komunikasi, mampu mengkomunikasikan nilai-nilai atau sarjana Islam dalam konteks perkembangan duna modern. Mampu memanfaatkan media komunikasi sebagai media dakwah Islam.

Program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) terakreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional (BAN) dan Perguruan Tinggi (PT), dengan nilai A. Nantinya, lulusan KPI memiliki gelar akademik Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.). peneliti menggunakan mahasiswa KPI sebagai subjek penelitian selain akademisi yang sedang mempelajari dan menguasai ilmu komunikasi, Mahasiswa KPI pun diarahkan untuk menggeluti dunia media, baik media cetak, eletronik, dan media komunikasi yang selalu digunakan oleh masyarakat sebagai gaya hidup. Dengan tujuan Dakwah dapat beriringan dengan kemajuan dan perkembangan komunikasi.

Program studi Komunikasi Penyiaran Islam mempunyai 3 konsentrasi yaitu :

- 1) Televisi Dakwah
- 2) Radio Dakwah
- 3) Penerbitan Dakwah

E. Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Berikut jumlah mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo :

Tabel 3

**Jumlah mahasiswa Jurusan komunikasi penyiaran islam angkatan
2013 – 2016 tahun ajaran 2016 / 2017**

Angkatan	Jumlah
2013	119
2014	142
2015	138
2016	162
Jumlah	561 Mahasiswa

(Sumber : Data Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)

Penelitian ini ingin mengetahui persepsi tentang video Dakwah Komedi dalam akun Instagram Nurul Azka (@nunuzoo). Namun persepsi setiap mahasiswa tentu berbeda-beda. Semua ini berkaitan dengan usia informan, pemahaman informan, latar belakang informan. Maka dari itu untuk memudahkan peneliti. Peneliti telah menentukan informan yang sesuai dengan kriteria yang peneliti buat, yaitu :

- Mahasiswa yang mempunyai akun instagram.
- Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) diatas 3,0.
- Telah mengambil Mata Kuliah Dakwah Multimedia.

Tabel 4

Data Profil Informan

No.	Informan	Jenis Kelamin	Deskripsi (Nama, Usia, IPK, akun instagram)	Angkatan
1.	M1	P	Nama :Ana Widiyawati Usia : 22 tahun IG : @anawidiyaw	2013
2.	M2	L	Nama : Agus Susilo Usia : 21 tahun	2013

			IG : @kang_sus_	
3.	M3	P	Nama : Firyal Almira. S Usia : 20 tahu IG : @firyalalmiras	2014
4.	M4	P	Nama : Paramitha L.U Usia : 22 tahun IG : @ittagittugittag	2013
5.	M5	L	Nama : Luthfi Maulana Usia : 22 tahun IG : @lootfee.25	2014
6.	M6	P	Nama : Arum Shafira K Usia : 21 tahun IG : @ashavierha	2014
7.	M7	L	Nama : Fikri Amarullah Usia : 21 tahun IG : @dacieljunior_	2013
8.	M8	L	Nama : Amir Fajar S Usia : 21 tahun IG : @amir_fajr	2014
9.	M9	P	Nama : Maya Ratnasari Usia : 23 tahun IG : @mayaratnasari25	2013
10.	M10	L	Nama : Martabatul A Usia : 23 tahun IG : @marta8ba	2013
11.	M11	P	Nama : Hepi Rahmawati Usia : 20 tahun IG : @hepikumon	2016
12.	M12	P	Nama : Afra Nada R Usia : 21 tahun	2014

			IG : @afrada96	
13.	M13	P	Nama : Nur Aini Usia : 21 tahun IPK : 3,69 IG : @nuraini	2014
14.	M14	P	Nama : Lilik Eko Retno Usia : 21 tahun IG : @lilikeko21	2014
15.	M15	P	Nama : Ana Khoirun N Usia : 22 tahun IG : @ana_khoniza	2013
16.	M16	P	Nama : Sukna Katulistiwa Usia : 20 tahun IG : @ktlstw_skn	2015
17.	M17	P	Nama : Astrid Novia P Usia : 21 tahun IG : @astridnoviapahlupy	2015

Berikut ini hasil wawancara dengan mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang untuk memperoleh data penelitian mengenai persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam tentang Video Dakwah Komedi dalam Instagram @nunuzoo. Peneliti akan menjabarkan hasil wawancara dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 5

Hasil wawancara mahasiswa KPI tentang dakwah komedi dalam akun instagram @nunuzoo

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	<i>Bagaimana tanggapan saudara, tentang Video</i>	a) Informan M1 : video dakwah komedi Nurul Azka

	<p><i>Dakwah Komedi Nurul Azka @nunuzoo ?</i></p>	<p>menghibur dan memberikan informasi.</p> <p>b) Informan M2 : Bagus.</p> <p>c) Informan M3 : sangat terinspirasi karena membuat video dari yang paling sepele dikaitkan dengan ajaran agama.</p> <p>d) Informan M4 : menarik untuk kalangan anak muda.</p> <p>e) Informan M5 : cukup menghibur.</p> <p>f) Informan M6 : lebih banyak komedinya, tetapi materinya bagus dan mudah dipahami.</p> <p>g) Informan M7 : menarik, dakwah nya kreatif . dia berhasil menciptakan hiburan yang positif.</p> <p>h) Informan M8 : menarik dan videonya tersampaikan pesan dakwahnya.</p> <p>i) Informan M9 : bagus dan mudah dipahami.</p> <p>j) Informan M10 : bagus dan mudah dipahami.</p> <p>k) Informan M11 : videonya lucu tapi ambigu.</p> <p>l) Informan M12 : videonya bagus, namun tata bahasa nya kurang rapi, asal <i>njiplak</i>.</p>
--	---	--

		<p>m) Informan M13 : menarik, menghibur, ceritanya lebih dekat dengan kalangan remaja.</p> <p>n) Informan M14 : materinya bagus.</p> <p>o) Informan M15 : sangat bagus.</p> <p>p) Informan M16 : bagus, tentang dakwah dibalut komedi buat yang ngelihat nggak ngebosenin.</p> <p>q) Informan M17 : bagus dan lucu.</p>
2.	<i>Apakah Video Dakwah Komedi Nurul Azka menarik ?</i>	<p>a) Informan M1 : menarik dari sisi komedi tetapi tidak lepas dari sisi <i>bullying</i>.</p> <p>b) Informan M2 : sangat menarik, mempunyai karakter komedian dan sadar akan dakwah sebagai caranya untuk beribadah.</p> <p>c) Informan M3 : menarik, karena terdapat point yang bermanfaat untuk diri kita sendiri, dikemas menekankan efek saat editing video.</p> <p>d) Informan M4 : menarik karena memadukan ilmu dakwah yang disuguhi dengan komedi sehingga</p>

		<p>tidak monoton.</p> <p>e) Informan M5 : iya, karena pesan dakwah dibalut dengan candaan.</p> <p>f) Informan M6 : menarik, karena tema sesuai dengan masa kini.</p> <p>g) Informan M7 : menarik, tidak menghilangkan modernisasi, komedi dan dakwah. Membuat seperti itu sangatlah tidak mudah.</p> <p>h) Informan M8 : iya, karena dia mempunyai karakter yang dapat ditonjolkan.</p> <p>i) Informan M9 : menarik, karena pesan dakwahnya disampaikan dengan cara yang lucu.</p> <p>j) Informan M10 : menarik karena sasaranya anak muda.</p> <p>k) Informan M11 : cukup menarik jika untuk hiburan namun jika untuk dakwah kurang mengena.</p> <p>l) Informan M12 : kurang menarik.</p> <p>m) Informan M13 : menarik, dan menyampaikan pesan positif.</p> <p>n) Informan M14 : menarik, karena ini perpaduan dakwah</p>
--	--	--

		<p>dan komedi jadi tidak membosankan.</p> <p>o) Informan M15: kurang menarik, karena kualitas video.</p> <p>p) Informan M16 : menarik, ekspresinya juga mendukung.</p> <p>q) Informan M17 : menarik.</p>
3.	<p><i>Bagaimana Perasaan Saudara setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka ?</i></p>	<p>a) Informan M1 : merasa terhibur.</p> <p>b) Informan M2 : mengapresiasi hasil karyanya.</p> <p>c) Informan M3 : sangat senang dan menginspirasi.</p> <p>d) Informan M4 : terhibur dengan pesan dakwah yang tetap mengena.</p> <p>e) Informan M5 : dapat membuat orang ketawa.</p> <p>f) Informan M6 : senang, karena video tersebut dapat dipahami.</p> <p>g) Informan M7 : senang, menghibur dan sesuai dengan kehidupan sekarang.</p> <p>h) Informan M8 : terhibur, mendapatkan ilmu tanpa merasa jenuh.</p> <p>i) Informan M9 : saya senang sekaligus berpikir dan</p>

		<p>memahami mana yang baik dan buruk.</p> <p>j) Informan M10 : senang dan merasa terhibur.</p> <p>k) Informan M11 : antara lucu dan bingung.</p> <p>l) Informan M12 : biasa saja.</p> <p>m) Informan M13 : ketawa dan berfikir “<i>Oh iya, ya</i>”</p> <p>n) Informan M14 : terhibur.</p> <p>o) Informan M15 : biasa saja.</p> <p>p) Informan M16 : senang, terhibur.</p> <p>q) Informan M17 : terhibur.</p>
4.	<i>Dakwah Komedi seperti apa yang saudara pahami ?</i>	<p>a) Informan M1 : dakwah komedi mengajak yang baik, menjauhi yang dilarang agama, menghibur tetapi tetap menggunakan etika atau cara yang baik.</p> <p>b) Informan M2 : dakwah komedi yang setiap dialognya mempunyai nilai dakwah yang disampaikan.</p> <p>c) Informan M3 : penyampaian dengan santai, humoris. Dari hal kecil kita dapat sadar bahwa terkadang kita memang seperti itu.</p> <p>d) Informan M4 : pesan dakwah yang disepadankan dengan</p>

		<p>komedi sehingga khalayak terhibur, dan mempunyai sisi positif yang dapat diambil.</p> <p>e) Informan M5 : baru tahu kalau dakwah bias disampaikan dengan cara komedi.</p> <p>f) Informan M6 : simple memiliki makna.</p> <p>g) Informan M7 : ajakan menggunakan retorika yang menarik agar dapat dipahami oleh mad'u.</p> <p>h) Informan M8 : mengajak kebaikan dengan humor dan tidak terkesan menggurui.</p> <p>i) Informan M9 : dakwahnya ringan dan sesuai dengan si pembuat video juga sasaran dakwahnya anak remaja.</p> <p>j) Informan M10 : dakwah yang dipadukan dengan unsur komedi.</p> <p>k) Informan M11 : dakwah yang mempunyai unsur komedi namun tetap diterima oleh nalar.</p> <p>l) Informan M12 : dakwah yang menghibur tetapi dengan menggunakan kalimat yang tertata.</p>
--	--	---

		<p>m) Informan M13 : menyampaikan kebaikan dengan komedi agar mad'u tidak merasa digurui tetapi dirangkul dengan komedi.</p> <p>n) Informan M14 : dakwah dengan sedikit humor.</p> <p>o) Informan M15 : bisa dipahami karena mendapatkan ilustrasinya.</p> <p>p) Informan M16 : perpaduan antara dakwah komedi kurang lebih seperti video Nurul Azka .</p> <p>q) Informan M17 : komedi yang mempunyai tuntutan yang melihat berfikir.</p>
5.	<i>Efektifkah Video Dakwah Komedi Nurul Azka ?</i>	<p>a) Informan M1 : efektif untuk hiburan, tidak efektif untuk dakwah karena durasi yang singkat.</p> <p>b) Informan M2 : efektif, untuk perkembangan zaman <i>now</i> sebagai ikhtiar dakwah.</p> <p>c) Informan M3 : efektif tergantung pada orangnya, jika orangnya humoris juga itu bagus.</p> <p>d) Informan M4 : lumayan efektif di kalangan mahasiswa, anak muda tapi</p>

		<p>komedi nya masih sangat mendominasi.</p> <p>e) Informan M5 : cukup efektif.</p> <p>f) Informan M6 : karena saya mahasiswa yang sering menggunakan <i>smartphone</i> atau media social, jadi dakwah seperti ini efektif.</p> <p>g) Informan M7 : cukup efektif karena ia menyampaikan yang sifatnya hanya mengajakwalaupun tidak diulas secara lebih dalam.</p> <p>h) Informan M8 : efektif untuk pengguna media sosial.</p> <p>i) Informan M9 : efektif karena sasarannya anak muda.</p> <p>j) Informan M10 : efektif karena kemasannya ringan.</p> <p>k) Informan M11 : efektif karena media social mudah diakses.</p> <p>l) Informan M12 : tidak terlalu efektif, karena tutur katanya asal-asalan.</p> <p>m)Informan M13 : iya, sangat efektif untuk kalangan remaja.</p> <p>n) Informan M14 : efektif karena mempunyai banyak manfaat.</p>
--	--	---

		<p>o) Informan M15 : cukup efektif.</p> <p>p) Informan M16 : efektif.</p> <p>q) Informan M17 : efektif, karena mengajak pada kebaikan.</p>
6.	<i>Apakah ada dalam Video Dakwah Komedi Nurul Azka mengandung isi pesan dakwah ?</i>	<p>a) Informan M1 : banyak mengandung pesan dakwah.</p> <p>b) Informan M2 : ya.</p> <p>c) Informan M3 : ada dengan sangat jelas.</p> <p>d) Informan M4 : ada, walaupun komedi mendominasi.</p> <p>e) Informan M5 : setiap video nya terdapat pesan dakwah.</p> <p>f) Informan M6 : iya mengandung pesan dakwah.</p> <p>g) Informan M7 : terdapat isi pesan dakwahnya.</p> <p>h) Informan M8 : tentu memiliki pesan dakwah.</p> <p>i) Informan M9 : ada pesan dakwahnya.</p> <p>j) Informan M10 : setiap video dakwahnya mengandung pesanatau nasihat yang mengajak pada arah yang positif.</p> <p>k) Informan M11 : ada, seperti hal-hal kecil yang</p>

		<p>mengingatkan pada kebaikan.</p> <p>l) Informan M12 : ada.</p> <p>m)Informan M13 : iya, mempunyai pesan dakwah.</p> <p>n) Informan M14 : ada.</p> <p>o) Informan M15 : ada.</p> <p>p) Informan M16 : ada.</p> <p>q) Informan M17 : iya, ada.</p>
7.	<p><i>Apakah pesan Video Dakwah Komedi yang disampaikan Nurul Azka dapat diterima ?</i></p>	<p>a) Informan M1 : bisa diterima.</p> <p>b) Informan M2 : ya, melihat dari jumlah <i>followers</i> dan komentar positif.</p> <p>c) Informan M3 : bisa diterima.</p> <p>d) Informan M4 : pasti dapat diterima.</p> <p>e) Informan M5 : cukup bisa diterima.</p> <p>f) Informan M6 : dapat diterima.</p> <p>g) Informan M7 : saya sendiri dapat menerima.isi video tersebut.</p> <p>h) Informan M8 : saya dapat menerima pesan dakwahnnya.</p> <p>i) Informan M9 : dapat diterima.</p> <p>j) Informan M10 : saya sendiri dapat menerimanya.</p> <p>k) Informan M11 : bisa diterima.</p>

		<p>l) Informan M12 : kurang dapat diterima.</p> <p>m) Informan M13 : dapat diterima.</p> <p>n) Informan M14 : dapat diterima.</p> <p>o) Informan M15 : dapat diterima.</p> <p>p) Informan M16 : sangat dapat diterima.</p> <p>q) Informan M17 : dapat diterima.</p>
8.	<p><i>Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apakah ada unsur rasis (Hinaan / ejekan) Menurut saudara !!</i></p>	<p>a) Informan M1 : sangat banyak.</p> <p>b) Informan M2 : tidak, karena saya belum pernah melihat komentar yang negatif.</p> <p>c) Informan M3 : bukan sebuah ejekan tapi sindiran secara halus.</p> <p>d) Informan M4 : tidak ada, hanya secuplik hiburan-hiburan agar pesan dakwah dapat diterima.</p> <p>e) Informan M5 : videonya terdapat unsur ejekan.</p> <p>f) Informan M6 : tidak ada unsur ejekan.</p> <p>g) Informan M7 : terdapat unsur ejekan seperti “Dasar.. jomblo..”</p>

		<p>h) Informan M8 : tidak ada unsur rasis atau ejekan, namun memang sedikit menyentil bagi orang yang mengerti dalilnya tapi melakukan larangannya.</p> <p>i) Informan M9 : tidak ada unsur rasis.</p> <p>j) Informan M10 : iya memang ada unsur ejekan, tetapi jika itu untuk unsur komedi dikurangi lebih baik.</p> <p>k) Informan M11 : sedikit walaupun sifatnya bercanda.</p> <p>l) Informan M12 : Ada.</p> <p>m) Informan M13 : Tidak.</p> <p>n) Informan M14 : Tidak ada.</p> <p>o) Informan M15 : tidak.</p> <p>p) Informan M16 : ejekan itu biasa dalam komedi.</p> <p>q) Informan M17 : Tidak ada.</p>
9.	<p><i>Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apa Kelebihan dan Kekurangan dalam video Dakwah Komedi tersebut ?</i></p>	<p>a) Informan M1 : kelebihan banyak karena lucu, tetapi kekurangannya karena lucu itulah mengurangi esensi dakwah.</p> <p>b) Informan M2 : dapat menyisipkan nilai dakwah dalam komedi.</p> <p>c) Informan M3 : kelebihan ditinjau dari saya yang</p>

		<p>berkecimpung di media, perpaduan dakwah dan komedi ini menarik. Kekurangannya mungkin karena Instagram masih berdurasi 1 menit tiap video.</p> <p>d) Informan M4 : mudah dipahami, durasi singkat dan memiliki tema tertentu. Kekurangannya komedi mendominasi jadi terkesan tidak serius.</p> <p>e) Informan M5 : kelebihan penyampaian pesannya sangat ringan, kekurangannya terdapat video yang terlalu berlebihan penampilannya.</p> <p>f) Informan M6 : kelebihan mudah dimengerti, kekurangannya berdakwahnya tidak secara langsung.</p> <p>g) Informan M7 : pasti mempunyai kelebihan terlebih dakwah ini mad'u yang menerima adalah remaja. Mungkin durasi video terbatas.</p> <p>h) Informan M8 : dikemas dengan komedi sehingga</p>
--	--	---

		<p>tidak monoton dan durasinya sedikit cukup efektif.</p> <p>i) Informan M9 : kelebihannya tidak secara terang-terangan mendakwahi, dia melakukan dengan cerita realita sekitar, dan memasukkan nasihat yang positif.</p> <p>j) Informan M10 : kelebihannya, ringan penyampaiannya, kekurangannya mungkin dalil yang disampaikan kurang.</p> <p>k) Informan M11 : kelebihannya bersifat menghibur, sedangkan kekurangannya perlu di filtrasi lagi isi pesan dakwahnya.</p> <p>l) Informan M12 : kelebihannya kreatif, kekurangannya dalam cara penyampaiannya saja.</p> <p>m) Informan M13 : kelebihan Mudah di pahami, kekurangannya kurang referensi.</p> <p>n) Informan M14 : kelebihannya materi nya bagus dan menghibur.</p>
--	--	---

		<p>o) Informan M15 : kualitas videonya lebih ditingkatkan lagi.</p> <p>p) Informan M16 : kelebihanannya mampu menyampaikan pesan dakwah dengan baik, kekurangannya terlalu berlebihan.</p> <p>q) Informan M17 : videonya punya pesan dakwah walaupun kurang lucu.</p>
10.	<i>Video Dakwah Komedi tersebut, apakah mengandung pesan mendidik dan membawa misi pencerahan ?</i>	<p>a) Informan M1 : memberi pencerahan, M1 melihat bahwa @nunuzoo walaupun masih tergolong muda ia berani aktif untuk berkarya ke arah yang positif.</p> <p>b) Informan M2 : ya, mempunyai nilai edukasi seperti menghormati orang tua.</p> <p>c) Informan M3 : iya, karena ada hal-hal yang mungkin selama ini saya lupa atau saya lalaikan.</p> <p>d) Informan M4 : iya, tetapi juga kadang kita tidak dapat memahami pesan dakwahnya.</p> <p>e) Informan M5 : iya, semua</p>

		<p>bisa, karena penonton bisa membayangkan adegan yang ada dalam video.</p> <p>f) Informan M6 : iya, terdapat pesan mendidik dengan tema-tema yang diangkat.</p> <p>g) Informan M7 : unsur mendidik, di setiap videonya mengandung pesan yang mendidik.</p> <p>h) Informan M8 : iya, karena disisipi dalil.</p> <p>i) Informan M9 : iya, di zaman sekarang kalangan anak muda tidak faham perbedaan antara ta'aruf dan pacaran.</p> <p>j) Informan M10 : tentu ada unsur mendidik, jika pencerahan kembali pada penonton dari segi pribadi.</p> <p>k) Informan M11 : beberapa adengan yang saya lihat mempunyai sesuatu yang bersifat mendidik.</p> <p>l) Informan M12 : kurang mendidik yang ada malah menjadi bahan tertawaan.</p> <p>m)Informan M13 : Iya target nya adalah pengguna Media Sosial, adanya Nurul Azka dakwah di media sosial</p>
--	--	--

		<p>menjadi lebih bervariasi dan tentunya tetap dalam kaidah yang berlaku dan mengajak kebaikan.</p> <p>n) Informan M14 : Iya.</p> <p>o) Informan M15 : iya mendidik.</p> <p>p) Informan M16 : jelas mempunyai unsur yang mendidik dan misi pencerahan.</p> <p>q) Informan M17 : mempunyai pesan mendidik.</p>
11.	<p><i>apakah Video Dakwah Komedi tersebut mempunyai porsi yang proporsional (seimbang antara Dakwah dan Komedi) ?</i></p>	<p>a) Informan M1 : cukup seimbang, si pembuat video memberikan isi dakwah dengan penyampaian komedi.</p> <p>b) Informan M2 : proporsional karena setiap <i>joke</i> yang dia lakukan dia taruh di akhir.</p> <p>c) Informan M3 : sebenarnya kurang seimbang, banyak komedinya, tapi saya yakin <i>author</i> mencoba untuk membuat yang berbeda.</p> <p>d) Informan M4 : tidak, menurut saya Komedi mendominasi.</p> <p>e) Informan M5 : secara materi iya tapi secara suasana</p>

		<p>komedi lebih mendominasi.</p> <p>f) Informan M6 : tidak seimbang unsur komedi mendominasi.</p> <p>g) Informan M7 : seimbang karena mengkolaborasikan dakwah dan komedi.</p> <p>h) Informan M8 : tidak. Adakalanya kadang harus banyak komedinya atau banyak dakwahnya.</p> <p>i) Informan M9 : belum, Komedi masih mendominasi.</p> <p>j) Informan M10 : belum proporsional karena komedi sangat mendominasi.</p> <p>k) Informan M11 : kurang seimbang, Komedi lebih mendominasi.</p> <p>l) Informan M12 : kurang seimbang, komedi lebih mendominasi ketimbang dakwah.</p> <p>m)Informan M13 : iya karena pesannya disampaikan dengan cara komedi bukan komedinya yang bermuatan dakwah.</p> <p>n) Informan M14 : komedi nya lebih banyak dibandingkan dakwahnya.</p>
--	--	---

		<p>o) Informan M15 : posisinya seimbang.</p> <p>p) Informan M16 : seimbang.</p> <p>q) Informan M17 : seimbang.</p>
12.	<i>Pernahkah, saudara seperti apa yang digambarkan dalam Video Dakwah Komedi Nurul Azka ?</i>	<p>a) Informan M1 : belum pernah, karena dirinya belum pernah berpacaran.</p> <p>b) Informan M2 : saya sendiri belum pernah digambarkan secara khusus.</p> <p>c) Informan M3 : tidak.</p> <p>d) Informan M4 : saya sendiri pernah seperti yang digambarkan dalam video tersebut.</p> <p>e) Informan M5 : saya pernah seperti yang digambarkan.</p> <p>f) Informan M6 : belum pernah seperti yang di dalam video.</p> <p>g) Informan M7 : saya merasa tersindir karena saya pun pernah melakukan itu.</p> <p>h) Informan M8 : saya pernah melakukan seperti yang ada di video.</p> <p>i) Informan M9 : saya pernah melakukan seperti itu.</p> <p>j) Informan M10 : ya, saya pernah seperti yang ada dalam video.</p> <p>k) Informan M11 : tidak pernah.</p>

		<p>l) Informan M12 : tidak pernah.</p> <p>m) Informan M13 : pesan untuk tidak pacaran.</p> <p>n) Informan M14 : saya pernah.</p> <p>o) Informan M15 :saya pernah.</p> <p>p) Informan M16 : Pernah.</p> <p>q) Informan M17 : Tidak.</p>
13.	<i>Bagaimana sikap saudara tentang Video Dakwah Komedi Nurul Azka di Instagram ?</i>	<p>a) Informan M1 : yang disampaikan Nurul Azka memang sesuai dengan perintah dan syariat Islam, misalnya Pacaran memang dilarang oleh agama sesuai dengan firman allah surat Al-Isra' ayat 32.</p> <p>b) Informan M2 : setelah melihat saya mempersepsikan bahwa dia adalah anak muda yang bisa dikatakan da'i kreatif. Di zaman ini kita membutuhkan da'i kreatif yang dapat membaca situasi sekarang agar dakwah dapat berjalan.</p> <p>c) Informan M3 : sikap saya karena saya terinspirasi dan saya juga ingin membuat video seperti itu, tetapi mungkin dengan cara yang berbeda.</p> <p>d) Informan M4 : mencoba</p>

		<p>diaplikasikan dalam kehidupan agar lebih baik.</p> <p>e) Informan M5 : karena pembawaan begitu ringan saya ingin menontonnya lagi.</p> <p>f) Informan M6 : bagus karena unsur dakwah dan komedi digabungkan.</p> <p>g) Informan M7 : sikap saya mencoba memperbaiki diri, lebih intropeksi diri.</p> <p>h) Informan M8 : konten kreator dakwah muda yang patut ditiru, penuh semangat dalam berdakwah.</p> <p>i) Informan M9 : berfikir dan melakukan perubahan menjadi pribadi yang lebih positif.</p> <p>j) Informan M10 : saya mencoba melakukan perubahan dan bias memahami mana yang benar dan salah.</p> <p>k) Informan M11 : saya mengapresiasi karyanya.</p> <p>l) Informan M12 : Tertawa, karena lucu.</p> <p>m)Informan M13 : saya mendukung adanya dakwah seperti ini, saya pun salah</p>
--	--	--

		<p>satu <i>followernya</i>.</p> <p>n) Informan M14 : senang dan terhibur.</p> <p>o) Informan M15 : sangat senang, karena mencoba untuk merubah pikiran.</p> <p>p) Informan M16 : saya mengapresiasi karyanya yang dikemas rapi. saya sangat mendukung metode dakwah seperti ini. Terutama untuk kalangan remaja <i>instagram</i> jadi media sosial yang paling efektif untuk dimasukkan pesan dakwah.</p> <p>q) Informan M17 : biasa saja.</p>
14.	<p><i>Berikan saran saudara terhadap video Dakwah Komedi tersebut ?</i></p>	<p>a) Informan M1 : agar video dakwah komedi ini berusaha untuk meminimalisir unsur <i>bullying</i> dan membahas judul-judul yang lebih terperinci.</p> <p>b) Informan M2 : perbarui niat dalam berdakwah agar tidak menyimpang dari ikhtiar dakwah.</p> <p>c) Informan M3 : agar semakin terpublikasikan, tak lupa merambah ke Youtube.</p> <p>d) Informan M4 : akan indah jika seimbang</p>

		<p>penyampaianya. Terlihat tegas menyampaikannya.</p> <p>e) Informan M5 : mengurangi unsur komedinya, karena tujuannya adalah dakwah tidak untuk membuat penonton tertawa.</p> <p>f) Informan M6 : semoga materinya semakin ditingkatkan.</p> <p>g) Informan M7 : tingkatkan dakwahnya jika bisa dibuat versi panjang di youtube.</p> <p>h) Informan M8 : buat sesuatu yang lebih kreatif agar semakin viral dan dapat menyampaikan pesan dakwahnya.</p> <p>i) Informan M9 : alangkah lebih baiknya video dikemas lebih menarik dan penambahan dalil agar semakin meyakinkan.</p> <p>j) Informan M10 : saya berharap dapat menambah model penyampaian dakwah yang berbeda lagi, tetapi tetap tidak menghilangkan karakter komedi, karena komedi inilah yang membuat penonton tidak mersa jenuh.</p>
--	--	---

		<p>k)Informan M11 :lebih menjelaskan pesan dakwahnya, agar dapat di pahami secara jelas.</p> <p>l) Informan M12 : mungkin cara penyampaian menggunakan tutur bahasa yang baik.</p> <p>m) Informan M13 : ditambah lagi referensi keilmuannya.</p> <p>n)Informan M14 : diperbanyak materi dakwahnya.</p> <p>o)Informan M15 : lebih ada peningkatan dalam kualitas video.</p> <p>p)Informan M16 : tetap istiqomah dengan dakwah seperti ini yang sesuai dengan zaman dan sasaran dakwahnya.</p> <p>q)Informan M17 : semoga makin lucu, menghibur dan memberi manfaat pada orang lain.</p>
--	--	---

BAB IV

ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA KPI TENTANG VIDEO DAKWAH KOMEDI DI INSTAGRAM

Persepsi dapat diartikan sebagai sebuah penafsiran seseorang tentang suatu pengalaman mengenai objek atau peristiwa yang dilihat secara inderawi dan menafsirkan sesuai pada tingkat pemahaman masing-masing. Berbicara tentang persepsi, sebuah hasil persepsi datang dari dua sumber yaitu segi jasmani dan segi psikologis. Faktor luar yang mempengaruhi persepsi juga berkaitan dengan Stimulus dan lingkungan sedangkan faktor dari dalam yakni dapat dilihat dari sebuah pengalaman, motivasi, dan kemampuan berpikir.

Terjadinya sebuah persepsi diawali oleh stimulus yang kuat mengenai alat indera atau reseptor dan diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Pada tahap inilah proses terjadinya persepsi ialah individu menyadari apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan melalui stimulus yang diterima oleh alat indera (Walgitto, 2010 : 102). Adapun aspek dari persepsi mempunyai tiga aspek, yakni : Aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif.

Bagi masyarakat dari anak-anak hingga dewasa, media sosial menjadi gaya hidup masyarakat yang memberikan kemudahan seperti mengakses informasi lebih cepat, memberikan perubahan pola pikir manusia dari semua aspek kehidupan. Tak terkecuali dengan kegiatan dakwah. Sesuai dengan hadits Rasulullah SAW :

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Dari Abdullah bin Amr ra. Berkata bahwa Rasulullah saw bersabda :
“*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat*” (HR. Bukhari)

Maka dari itu, kegiatan dakwah selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi yang digunakan oleh masyarakat saat ini. dengan tujuan untuk mengajak atau menyeru pada hal-hal kebaikan (kebajikan). Berbagai macam metode dakwah dan media dakwah digunakan oleh para pegiat

dakwah. Perpaduan antara metode penyampaian dengan media yang digunakan sangat mempengaruhi bagi masyarakat saat ini, baik dari yang muda hingga yang tua.

A. Reduksi Data

1. Bagaimana tanggapan saudara, terhadap tentang Video Dakwah Komedi Nurul Azka @nunuzoo ?

Diantara 17 informan, menjawab “Bagus”, “Menghibur”, “Menarik”, “Kreatif dan Mudah dipahami”. Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan Bagus. Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah beragam.

2. Apakah Video Dakwah Komedi Nurul Azka menarik ?

Diantara 17 informan menjawab “Menarik, karena pesan dakwah dibalut dengan humor” “Cukup Menarik, walaupun ada unsur ejekan”. Maka peneliti memberikan kode “menarik” karena jawaban seluruh informan yang hampir sama.

3. Bagaimana Perasaan Saudara setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka ?

Diantara 17 informan, 15 informan mengatakan “Senang dan menghibur”, 1 informan mengatakan “Biasa saja”, 1 informan mengatakan “Antara lucu dan bingung”. Maka penulis membuat kode “Senang dan terhibur”, “Biasa saja”, “Antara lucu dan bingung” untuk memudahkan penulis dalam menganalisis.

4. Dakwah Komedi seperti apa yang saudara pahami ?

Diantara 17 informan menjawab dengan sangat beragam. Penulis menggunakan kode dari jawaban informan yang hampir sama. “Dakwah komedi ialah dakwah yang dipadukan dengan komedi” sebanyak 12 orang, “Dakwah komedi menggunakan etika yang baik” sebanyak 4 orang. “Dakwah yang simple dan bermakna” sebanyak 1 orang.

5. Efektifkah Video Dakwah Komedi Nurul Azka ?

Diantara 16 informan menjawab “Efektif”, “Lumayan Efektif”, “Cukup efektif”.maka penulis membuat kode “Efektif” dan “Tidak terlalu efektif”.

6. Apakah ada dalam Video Dakwah Komedi Nurul Azka mengandung isi pesan dakwah ?

Diantara 17 informan menjawab, “Sangat banyak”, “Iya”, “Ada, walaupun unsur komedi di dalamnya lebih mendominasi dibandingkan unsur dakwahnya”. Maka penulis menggunakan kode jawaban “Banyak” untuk memudahkan dalam menganalisis data.

7. Apakah pesan Video Dakwah Komedi yang disampaikan Nurul Azka dapat diterima ?

Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam menjawab dengan berbeda tetapi dengan makna yang sama yaitu “Menerima pesan video dakwah komedi Nurul Azka”. Maka penulis membuat kode “Dapat diterima” agar memudahkan dalam menganalisis.

8. Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apakah ada unsur rasis (hinaan / ejekan) Menurut saudara !!

Diantara 17 informan, 7 informan menjawab video dakwah komedi Nurul Azka mempunyai unsur rasisme atau ejekan. Sedangkan 10 informan menjawab “Tidak ada unsur rasis”. Maka penulis membuat kode “Terdapat unsur rasis” dan “Tidak terdapat unsur rasis” untuk memudahkan penulis menganalisis data.

9. Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apa Kelebihan dan Kekurangan dalam video Dakwah Komedi tersebut?

Sebagian informan menjawab kelebihan dari dakwah komedi Nurul Azka sangat beragam, maka dari itu penulis akan membuat kode agar mudah dipahami “Dapat menyisipkan nilai dakwah dalam komedi” dan “Mudah dipahami”. Sedangkan kekurangannya, penulis menggunakan kode “Komedi lebih

mendominasi”, “Dalil kurang”, “Kurang lucu”, Durasi sedikit”, “Berlebihan dalam penampilan”.

10. Video Dakwah Komedi tersebut, apakah mengandung pesan mendidik dan membawa misi pencerahan ?

Menurut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam menjawab bahwa video dakwah komedi Nurul Azka mempunyai pesan mendidik dan membawa sedikit pencerahan, setidaknya Nurul Azka mengemas video dakwah komedi berdasarkan realita yang ada disekitar, sehingga video dakwah komedi ini dapat tepat sasaran. Maka penulis menggunakan kode untuk penyajian datanya adalah “Iya, mengandung pesan mendidik” dan “Kurang mendidik” agar memudahkan peneliti dalam menyajikan data.

11. Apakah Video Dakwah Komedi tersebut mempunyai porsi yang proporsional (seimbang antara Dakwah dan Komedi) ?

Diantara 17 informan, jawaban informan beragam namun dapat di seragamkan dengan kode yang telah penulis buat yakni “Seimbang” dan “Tidak seimbang”, untuk memudahkan penulis dalam menganalisis.

12. Pernahkah, saudara seperti apa yang digambarkan dalam Video Dakwah Komedi Nurul Azka ?

Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam 8 informan menyatakan bahwa mereka belum pernah pacaran, tetapi mengapresiasi karya video dakwah komedi Nurul Azka karena dapat mengilustrasikan fakta yang ada disekitar. Sedangkan 9 informan menyatakan bahwa mereka pernah melakukan, sedang terjadi ataupun merasa tersindir. Maka penulis membuat kode “Pernah” dan “Tidak pernah”.

13. Bagaimana sikap saudara tentang Video Dakwah Komedi Nurul Azka di Instagram ?

Menurut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam sikap yang mereka tunjukkan adalah mengapresiasi hasil karya video dakwah

komedi yang kreatif, dan inovatif serta memuat pesan dakwah yang ditujukan pada khalayak objek dakwah, sesuai dengan sasaran usia objek dakwah serta memanfaatkan media sosial menjadi media dakwah. Beragamnya jawaban, penulis memberikan kode untuk memudahkan dalam menganalisis dengan “ Terinspirasi dan senang”, “Mendukung adanya dakwah komedi”, “Biasa saja”, “Melakukan instropeksi”.

14. Berikan saran saudara terhadap video Dakwah Komedi tersebut ?

Menurut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam agar video dakwah komedi dapat berkembang dengan baik, yakni dengan meminimalisir ejekan atau sesuatu hal yang membuat beberapa pihak tersinggung, memperdalam materi yang disampaikan, agar objek dakwah mampu berpikir kembali dengan menambahkan dalil dan hikmah yang dijelaskan. Maka penulis membuat kode seperti “ Istiqomah”, “Penyampaian dengan tutur bahasa yang baik”, “Menambah model dakwah”, Materi dakhwanya lebih ditingkatkan”, “Merambah pada media sosial yang lain” untuk memudahkan penulis dalam membuat analisis.

B. Display Data

Dalam informan penelitian ini berjumlah 17 orang. Berikut akan disajikan hasil wawancara peneliti untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa KPI tentang video Dakwah Komedi di Instagram (Studi Analisis akun @nunuzoo).

Tabel 6

Komponen dalam pertanyaan yang sesuai dengan aspek persepsi

No	Indikator	Pertanyaan
1.	Aspek Kognitif	1, 4, 6, 9, 10, 11.
2.	Aspek Afektif	2, 3, 5, 7, 8, 13.
3.	Aspek Konatif	12, 14.

1) Persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Tentang Video Dakwah Komedi di Instagram Dalam Akun @nunuzoo dari Segi Aspek Kognitif

Pertanyaan nomor 1

Bagaimana tanggapan saudara, terhadap tentang Video Dakwah Komedi Nurul Azka @nunuzoo ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
1.	Bagus	16	94,2%
	Lucu tetapi ambigu	1	5,8%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan tabel diatas, Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam mempunyai persepsi, tanggapan yang sama yakni video dakwah komedi Nurul Azka bagus. Menurut informan M7 “Bagus, video dakwah yang kreatif sekaligus menciptakan hiburan yang positif.

Pertanyaan nomor 4

Dakwah Komedi seperti apa yang saudara pahami ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
4.	Dakwah dipadukan dengan Komedi	12	70,6%
	Dakwah komedi yang menggunakan etika yang baik	4	23,5%
	Dakwah yang simple dan bermakna	1	5,9%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan hasil diatas, sebanyak 70,6 % mengatakan bahwa Dakwah komedi adalah dakwah yang dipadukan dengan Komedi mengajak objek dakwah untuk berfikir kembali atas hal baik-buruk, tidak terkesan menggurui.

Pertanyaan nomor 6

Apakah ada dalam Video Dakwah Komedi Nurul Azka mengandung isi pesan dakwah ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
6.	Banyak	17	100%
	Jumlah	17	100 %

Maka, berdasarkan data tersebut menurut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam video dakwah komedi Nurul Azka mempunyai kandungan isi pesan dakwah. Menurut informan M10 video Nurul Azka mengandung pesan atau nasihat yang mengajak pada arah yang positif.

Pertanyaan nomor 9

Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apa Kelebihan dan Kekurangan dalam video Dakwah Komedi tersebut ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
9.	Kelebihan		
	Dapat menyisipkan nilai dakwah dalam komedi	8	47,7%
	Mudah Dipahami	9	52,3%
	Jumlah	17	100%
	Kekurangan		
	Komedi lebih mendominasi dibanding dakwah	4	23,5%
	Dalil yang disampaikan kurang	3	17,7%
	Kurang lucu	1	5,9%
	Durasi sedikit	1	5,9%
	Tidak menjawab	4	23,5%
	Berlebih penampilannya	4	23,5%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan hasil tabel diatas kelebihan dakwah komedi Nurul Azka 47,7% mengatakan bahwa video dakwah komedi Nurul Azka dapat menyisipkan nilai-nilai dakwah walaupun dengan cara humor. Sedangkan 52,3% mengatakan bahwa video dakwah komedi Nurul Azka mudah dipahami dan mudah dimengerti. Kekurangan video dakwah komedi Nurul Azka 23,5% mengatakan bahwa komedi lebih mendominasi dibandingkan dakwahnya, 17,7% mengatakan bahwa dalil yang disampaikan kurang, 5,9% menjawab video dakwah komedi tersebut kurang lucu. 5,9 % menjawab durasinya masih sedikit. Sedangkan 23,5% informan tidak menjawab kekurangan dari video dakwah komedi Nurul Azka dan 23,5% mengatakan bahwa penampilannya berlebihan.

Pertanyaan nomor 10

Video Dakwah Komedi tersebut, apakah mengandung pesan mendidik dan membawa misi pencerahan ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
10.	Iya, mengandung pesan yang mendidik	16	94,1%
	Kurang mendidik	1	5,9%
	Jumlah	17	100 %

Artinya, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam mempunyai persepsi yang sama bahwa video dakwah komedi Nurul Azka mempunyai isi pesan yang mendidik. Namun menurut informan M12 mengatakan video dakwah komedi ini kurang mendidik bahkan menjadi bahan tertawaan.

Pertanyaan nomor 11

Apakah video dakwah komedi tersebut mempunyai porsi yang proporsional (seimbang antara dakwah dan komedi) ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
11.	Seimbang	7	41,2%
	Tidak seimbang	10	58,8%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan hasil tersebut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam sebanyak 58,8% mengatakan bahwa video dakwah komedi Nurul Azka mempunyai porsi yang tidak seimbang.

Pertanyaan nomor 5

Efektifkah Video Dakwah Komedi Nurul Azka ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
5.	Efektif	16	94,1%
	Tidak terlalu efektif	1	5,9%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa video dakwah komedi Nurul Azka efektif ditunjukkan dengan hasil 94,1%. Menurut informan M2 untuk perkembangan zaman *now* dakwah komedi sebagai usaha atau ikhtiar dakwah. Sedangkan tidak terlalu efektif menunjukkan 5,9% dimana menurut informan M12 penyampaian bahasanya *asal-asalan*.

- 2) Persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam tentang Video Dakwah Komedi di Instagram dalam akun @nunuzoo dari segi Aspek Afektif

Pertanyaan nomor 2

Apakah Video Dakwah Komedi Nurul Azka menarik ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
2.	Menarik	17	100%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan hasil tabel tersebut, maka mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam sebanyak 100% mempunyai persepsi atau pandangan yang sama yakni video dakwah komedi Nurul Azka menarik.

Pertanyaan nomor 3

Bagaimana Perasaan Saudara setelah melihat video dakwah komedi Nurul Azka ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
3.	Senang dan terhibur	15	88,3%
	Biasa saja	1	5,85 %
	Antara lucu dan bingung	1	5,85%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan hasil tabel tersebut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam sebanyak 88,3% merasa senang dan terhibur setelah melihat video dakwah komedi Nurul Azka.

Pertanyaan nomor 7

Apakah pesan Video Dakwah Komedi yang disampaikan Nurul Azka dapat diterima ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
7.	Dapat diterima	17	100%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan data tersebut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam dapat menerima dakwah komedi Nurul Azka. Artinya, video dakwah komedi Nurul Azka dapat diterima karena menurut informan M2 melihat dari jumlah *followers* dan komentar positif dalam instagram akun @nunuzoo.

Pertanyaan nomor 8

Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apakah ada unsur rasis (hinaan / ejekan) Menurut saudara !!

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
8.	Terdapat unsur rasis	7	41,1%%
	Tidak ada unsur rasis	10	58,9%
	Jumlah	17	100 %

Hasil data tersebut menunjukkan bahwa 58,9% mengatakan tidak ada unsur rasis. Menurut informan M3 bukan sebuah ejekan tetapi sindiran halus, sedangkan menurut informan M16 ejekan itu biasa dalam komedi. Hasil 41,1% yang menyatakan bahwa dalam video dakwah komedi Nurul Azka mempunyai unsur ejekan menurut informan M7 mengatakan “ada seperti kata-kata ..dasar jomblo..”.

Dari pertanyaan nomor 13

Bagaimana sikap saudara tentang video dakwah komedi Nurul Azka di Instagram ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
13.	Instropeksi diri dan melakukan perubahan	7	41,1 %
	Biasa saja	1	5,9 %
	Mendukung adanya video dakwah komedi	6	35,3 %
	Terinspirasi dan senang	3	17,7 %
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan tabel diatas maka, sikap mahasiswa KPI setelah melihat video dakwah komedi Nurul Azka mencoba untuk melakukan perubahan dan instropeksi diri sebesar 41,1%, sedangkan biasa saja tidak menyikapi sebanyak 5,9%. Dan yang mendukung adanya video dakwah komedi Nurul Azka yang tepat

sasaran dan menggunakan media sosial yang saat ini selalu digunakan oleh khalayak sebesar 35,3%. Sebanyak 17,7% mengatakan bahwa mereka terinspirasi untuk dapat membuat konten dakwah yang semacam itu atau membuat tampilan yang berbeda.

3) Persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam tentang Video Dakwah Komedi di Instagram dalam akun @nunuzoo dari segi Aspek Konatif

Dari pertanyaan nomor 12

Pernahkah, saudara seperti apa yang digambarkan dalam video dakwah komedi Nurul Azka ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
12.	Pernah	9	52,9 %
	Tidak Pernah	8	47,1 %
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan hasil tabel diatas maka 52,9% mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam pernah melakukan, sedang melakukan seperti apa yang telah digambarkan dalam video dakwah komedi Nurul Azka. Sedangkan 47,1% mengatakan bahwa mereka belum pernah berpacaran tetapi mengapresiasi atas hasil karya video dakwah komedi Nurul Azka, karena dapat menghasilkan sebuah video yang menggambarkan realita pada masa sekarang.

Pertanyaan nomor 14

Berikan saran saudara terhadap video dakwah komedi tersebut ?

No	Temuan Jawaban	Frekuensi	Prosentase
14.	Mengurangi unsur rasis	3	17,6%
	Merambah pada media sosial yang lain.	4	23,5%
	Materi dakwahnya lebih	5	29,5%

	ditingkatkan		
	Menambah model dakwah tanpa menghilangkan karakter komedi	1	5,9%
	Penyampaian dengan tutur bahasa yang baik	1	5,9%
	Istiqomah dan memberi manfaat pada orang lain	3	17,6%
	Jumlah	17	100 %

Berdasarkan tabel diatas mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, mempunyai saran yang sama. Sebesar 17,6% untuk mengurangi unsur rasis dan tetap istiqomah. Sebesar 5,9% untuk menambah model dakwah tanpa menghilangkan karakter komedi, dan menyampaikan dengan tutur bahasa yang baik, 23,5% untuk dapat bisa menggunakan media sosial yang lain misalnya, youtube. 29,5% mengatakan untuk menambah dalil al-Qur'an dan as-Sunnah agar lebih jelas.

C. Penarikan Kesimpulan

Menurut hasil yang telah disajikan diatas, penulis melakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi terhadap persepsi mahasiswa KPI tentang dakwah komedi di instagram (Studi analisis akun @nunuzoo) sebagai berikut :

1. Komponen Kognitif

Pada syarat komedi (humor) dakwah dijelaskan bahwa dakwah mencakup kritis humor yang dapat memberikan stimulus pendakwah untuk menganalisis sejumlah ketimpangan dan ketidakseimbangan realitas kehidupan, inovatif merupakan humor yang bersifat aktual dan baru, dan aplikatif berarti humor yang membantu menafsirkan pesan, penjelasan yang ringan dan mudah dicerna. Ketiga kriteria tersebut dapat menggambarkan dari aspek kognitif.

Dapat dilihat dari persepsi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, menurutnya video dakwah komedi Nurul Azka ini efektif untuk diaplikasikan di zaman *now* sebagai ikhtiar dakwah, video dakwah komedi yang tepat sasaran pada objek dakwah yaitu kalangan remaja atau di kalangan mahasiswa, media yang dia gunakan tepat yakni Media Sosial. Media sosial dapat diakses semua orang dari anak-anak hingga dewasa, tetapi remaja lah yang mempunyai dominasi lebih banyak. Berdakwah sebagaimana berkomunikasi memanfaatkan bermacam-macam teknologi, agar memudahkan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya melalui media.

Dapat dilihat dari segi kelebihan dan kekurangan video dakwah komedi Nurul Azka menurut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, menurut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam kelebihan video dakwah komedi Nurul Azka bersifat lucu, menghibur, dapat menyisipkan pesan dakwah pada video yang begitu singkat, mudah dipahami dan tidak monoton. Namun kekurangan dari video dakwah komedi Nurul Azka ini komedi nya yang lebih mendominasi, persepsi mahasiswa ini berkaitan dengan pertanyaan selanjutnya apakah video dakwah komedi Nurul Azka seimbang, 10 dari 17 informan menjawab video dakwah komedi Nurul Azka tidak proporsional, sisi komedi lebih mendominasi dibandingkan sisi dakwahnya. Maka dari itu sebagian pihak khawatir jika humor yang melebihi porsi akan menggeser hakikat dakwah sebagai kegiatan normatif menjadi semacam dagelan dan guyonan belaka. Maka dari itu, perubahan hakikat tuntunan menjadi tontonan, sebagaimana dikhawatirkan banyak pihak, jika humor atau komedi dalam dakwah bukan diposisikan sebagai sisipan yang sifatnya sekunder, tetapi sebagai inti pesan yang bersifat primer.

2. Aspek Afektif

Salah satu unsur komponen dakwah adalah objek dakwah. Manusia makhluk berperasaan merupakan objek dakwah. Perasaan inilah akan menentukan sikap seseorang terhadap stimulus yang ditemui. Perasaan dan sikap mempunyai keterkaitan, dalam persepsi keduanya merupakan bagian dari aspek afektif.

Perasaan senang dapat dimunculkan dengan cara komedi atau humor. Humor yang diartikan sebagai kemampuan untuk menerima maupun mengekspresikan lelucon, suatu kualitas kelucuan yang mampu memancing tawa. Maka menurut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, 88,3% menimbulkan perasaan senang dan terhibur. Jika dikaitkan dengan landasan teori, pada standar estetis. Video dakwah komedi Nurul Azka dalam menimbulkan perasaan senang dan terhibur mencakup kriteria yaitu : rekreatif.

Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam mempunyai sikap yang beragam setelah melihat video dakwah komedi Nurul Azka. Diantara keragaman sikap yang di jelaskan oleh mahasiswa dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam sangat mengapresiasi adanya video dakwah komedi Nurul Azka, sosok anak muda yang mau membuat video kreatif dakwah, ditengah banyaknya video komedi yang tidak bermanfaat. Sebuah cara dakwah baru yang kreatif, dengan memanfaatkan media sosial yakni instagram sebagai media dakwah sosial yang paling efektif, ditengah keinginan masyarakat yang mencari informasi dengan cepat dan instan, dan menginstropeksi serta memperbaiki diri kembali yang lebih positif. Akan ada sisi positif dan negatif di setiap tanggapan masyarakat, kritik dan saran selalu dibutuhkan.

3. Aspek Konatif

Aspek Konatif meliputi tindakan dan kebiasaan, berhubungan dengan tingkah laku atau perilaku yang nyata dapat diamati yang meliputi pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Sesuai

dengan aspek tersebut. Sebagian mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam mengatakan video dakwah komedi Nurul Azka pernah terjadi dalam kehidupan mereka, baik itu masih berlangsung ataupun sudah selesai. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam ketika melihat video tersebut mereka merasa pernah melakukan tindakan dan kebiasaan tersebut. Maka dakwah komedi Nurul Azka ini sesuai dengan sasaran dakwah yang dituju.

Sesuatu yang melekat pada pribadi pendakwah adalah unsur dari estetika dakwah, sedangkan pedoman berdakwah disebut etika dakwah. Maka dari itu, subjek dakwah layaknya *public figure* dalam tutur kata, perbuatan, penampilan selalu di jadikan patokan para objek dakwah.

Jika dakwah komedi dikatakan bahwa sebuah ajakan kebaikan yang dibalut dengan cara komedi, sedangkan komedi adalah menampakkan diri yang jauh dari kesan ideal tidak lepas dari unsur rasis (hinaan / ejekan). Oleh karena itu menurut mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, dari 17 informan 10 mengatakan tidak ada unsur rasis, sedangkan 7 informan mengatakan video dakwah komedi Nurul Azka mempunyai unsur rasis.

Pada standar etis humor dalam dakwah yakni tidak rasis. Tidak rasis diartikan humor atau komedi tidak berisi hinaan, penodaan, dan citraan stigmatis terhadap seseorang, lembaga, agama, ras, atau golongan. Humor jenis ini masuk ke kategori fasid, rusak. Disebut demikian karena kriteria humor ini, selain tidak berisi *ibrah* yang bisa menuntun muballigh untuk berbuat baik, juga telah terbukti dapat memicu lahirnya konflik. Humor jenis ini memang kaya dengan muatan-muatan komedian dan unsur komikal lainnya yang bisa mengundang gelak tawa, namun sesungguhnya kosong dari muatan-muatan positif dan konstruktif. Jika humor rasis disisipkan dalam berdakwah, maka akan banyak

pihak yang tersinggung. Dengan banyak pihak yang tersinggung tidak hanya akan menimbulkan kebencian pada pegiat dakwah atau kegiatan dakwah, melainkan juga dapat benci terhadap Islam.

Maka dari itu terdapat standar etis dan estetika humor dakwah yaitu sebagai berikut :

Syarat etis humor dakwah yaitu :

- 1) **Edukasi**, Humor yang memiliki kandungan pesan mendidik dan membawa misi pencerahan.
- 2) **Kritis**, humor yang bisa menstimulus muballigh untuk melakukan analisis terhadap sejumlah ketimpangan dan ketidakseimbangan realitas kehidupan.
- 3) **Tidak rasis**, humor yang tidak berisi hinaan, penodaan, dan citraan stigmatis terhadap seseorang, lembaga, agama, ras, atau golongan.

Syarat estetis humor dakwah, sebagai berikut :

- 1) **Rekreatif**, humor yang bersifat lucu dan menghibur.
- 2) **Inovatif**, humor yang bersifat aktual dan baru.
- 3) **Aplikatif**, humor yang bisa membantu menafsirkan dan menjelaskan pesan tabligh agar mencapai tujuannya.
- 4) **Proporsional**, humor yang disisipkan porsi harus seimbang.

Dakwah mengacu pada implementasi dakwah sesuai dengan keyakinan, tuntutan-tuntutan, aturan-aturan, dan tanggap rasa atas kecenderungan penilaian, baik subjek maupun objek dakwah. Berkaitan dengan masyarakat, menegaskan keberadaan dakwah sebagai aktivitas yang mempertimbangkan aspek-aspek yang tumbuh dan berkembang di masyarakat, termasuk budaya yang dimilikinya sehingga dakwah yang dilakukan mampu beradaptasi dengan budaya dan memanfaatkannya untuk kepentingan dakwah. Begitupun sebaliknya dakwah memberikan peneguhan dan penguatan atas budaya yang dianggap baik dan perlu dipertahankan.

Maka dari itu, alangkah lebih baik dakwah memperhatikan Etika dan Estetika Dakwah. Tujuan adanya etika dan estetika dakwah, antara lain :

- 1) Agar para pelaku dakwah atau yang sedang menekuni profesi dakwah dapat memahami nilai-nilai kebaikan sebagai standar, patokan, tolak ukur perbuatan dalam berdakwah.
- 2) Mampu menganalisis secara kritis baik buruk dan indah-tidaknya nya perbuatan dakwah.
- 3) Para pelaku dakwah dapat melakukan evaluasi secara normatif baik-buruk, indah-tidak indahnya perbuatan dakwah.
- 4) Para pelaku dakwah terdorong untuk berusaha menjadikan nilai-nilai yang utama mendarah daging pada dirinya dan dapat membentuk karakter, watak, tabiat, sertakepribadian pelaku dakwah sesuai dengan tuntutan moral dan ajaran agama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya tentang video dakwah komedi dalam akun instagram @nunuzoo, dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Secara komponen kognitif, terdiri dari pengetahuan dan informasi. Pengetahuan akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek yang dilihat. Secara umum informan yang telah melihat video dakwah komedi Nurul Azka yaitu menarik, dan bagus. Dakwah komedi oleh mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam adalah metode dakwah yang mempunyai isi kandungan yang ringan, nasihat-nasihat yang mengarah pada hal-hal positif dengan menunjukkan realita sehari-hari disampaikan dengan unsur-unsur komedi atau humor agar objek dakwah tidak merasa bosan, dan tidak merasa digurui.
2. Secara komponen afektif, berkaitan dengan perasaan yang timbul bila ada perubahan apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci. Informan memiliki perasaan senang, dan terhibur serta mengapresiasi dengan hasil karya Nurul Azka.
3. Secara komponen konatif, berhubungan dengan tingkah laku atau perilaku yang nyata dapat diamati yang meliputi pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Secara umum informan merasakan yang ada di dalam video dakwah komedi tersebut sering kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari tanpa kita sadari, yang kemudian menurut informan setelah melihat dapat menginstropeksi diri kembali serta dapat membawa dampak perubahan pada masing-masing objek dakwah di masa yang akan datang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran-saran untuk kemajuan dakwah, khususnya dalam video dakwah komedi dalam akun instagram @nunuzoo, yaitu :

1. Untuk Nurul Azka agar dapat memperkuat segi cerita dan menambahkan dalil-dalil baik al-Qur'an maupun as-Sunnah. Agar yang melihat semakin lebih yakin dengan pesan dakwah tersebut.
2. Untuk Nurul Azka agar dapat mengembangkan dakwahnya pada media sosial yang lain seperti Youtube, dsb.
3. Saran untuk pembaca skripsi ini, jika penyampaian peneliti dalam bahasa maupun penyampaian hal apapun yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan lainnya, maka saran dan kritiknya sangat diperlukan guna untuk menyempurnakan skripsi ini.
4. Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi referensi penelitian berikutnya lebih baik lagi.

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan taufiqnya kepada penulis, hingga terselesaikan skripsi ini dengan lancar.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah bersedia memberikan bantuan, bimbingan, motivasi, saran dan kritikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritikan dari semua pihak terutama pembaca untuk kemajuan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amin, M. S. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Peneelitan Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aziz, M. A. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenada Media.
- Azwar, S. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Baroroh, Umul dkk. 2009. *Efek Berdakwah Melalui Media Tradisional*, IAIN Walisongo, Semarang.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia
- Faisal, Sanapiyah. 2005. *Penelitian Kualitatif, Dasar, dan Aplikasi*. Malang : YA3
- Iqbal, 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kulsum, Umi, dkk. 2014. *Pengantar Psikologi Sosial*. Jakarta : Prestasi Pustakaraya
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mahmudin, 2004. *Manajemen Dakwah Rosulullah*. Jakarta : Restu Ilahi
- Mar'at, 1991. *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. 2016. *Ilmu komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munir, M, Wahyu, Ilaihi. 2012. *Manajemen Dakwah*. Jakarta : Prenada Media
- Najati, U. M. 2005. *Psikologi dalam Al-Qur'an (terapi Qur'an dalam penyembuhan kejiwaan)*. Bandung: CV Pustaka.

- Rahmat, J. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, J. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saputra, W. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Graha Grafindo Husada
- Shaqr, Syeikh Athiyyah. 2003. *Seputar dunia Remaja*. Jakarta : Sinar Grafika
- Slameto, Aminuddin. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiyono, 1999. *Metodologi Penelitian Administrasi*, Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Tajiri, Hajir. 2015. *Etika dan Estetika Dakwah*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- The Encyclopedia of Philosophy*. 2000. (vol. 3&4: Epictetus to Logic). London : Routledge
- The Oxford Companion to the English Language*. 1992. New York : Oxford University Press
- Umar, Husain. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Walgito, B. 2002. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi.
- Walgito, B. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wawan & Dewi M. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta : Nuha Medika
- Zamroji, M. 2012. *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*. Kediri : Kalam Santri

Website

<http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>. di akses pada 03 April 2017

<https://dobolblog.wordpress.com/2014/07/12/apakah-arti-humor-sebenarnya-humor-adalah-sebagai-berikut/>. diakses 04 April 2017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : B- 68 /Un.10.4/K/PP.00.9/1/2018

Semarang, 8 Januari 2018

Lamp. : 1 (satu) bendel

Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

N a m a	: Nahna Nailussa'adah
NIM	: 131211046
Jurusan	: Komunikasi Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian	: Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi	: Persepsi Mahasiswa KPI tentang Dakwah Komedi di Instagram (Studi Analisis akun @nunuzoo).

Bermaksud melakukan riset penggalian data di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

DRAFT WAWANCARA

1. Bagaimana tanggapan saudara, terhadap postingan video dakwah komedi di Instagram Nurul Azka (@nunuzoo) ?
2. Menurut saudara, Apakah Video Dakwah Komedi Nurul Azka menarik ?Jelaskan !
3. Bagaimana Perasaan Saudara setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka!
4. Menurut saudara, Dakwah Komedi seperti apa yang saudara pahami ? Jelaskan !
5. Menurut saudara, efektifkah Video Dakwah Komedi Nurul Azka ? Jelaskan !
6. Menurut saudara, apakah ada dalam Video Dakwah Komedi Nurul Azka mengandung isi pesan dakwah ?
7. Menurut saudara, apakah pesan Video Dakwah Komedi yang disampaikan Nurul Azka dapat diterima ?
8. Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apakah ada unsur rasis (Hinaan / ejekan) Menurut saudara !
9. Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apa Kelebihan dan Kekurangan dalam video Dakwah Komedi tersebut ? Menurut saudara !
10. Menurut saudara, Video Dakwah Komedi tersebut, apakah mengandung pesan mendidik dan membawa misi pencerahan ? Jelaskan !
11. Menurut saudara, apakah Video Dakwah Komedi tersebut mempunyai porsi yang proporsional (seimbang antara Dakwah dan Komedi) ? Jelaskan !
12. Pernahkah, saudara seperti apa yang digambarkan dalam Video Dakwah Komedi Nurul Azka ?
13. Bagaimana sikap saudara melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka ! Jelaskan
14. Berikan saran saudara terhadap video Dakwah Komedi tersebut ?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Nahna Nailussa'adah
NIM : 131211046
TTL : Jepara, 31 Juli 1996
Alamat : Jl. Rejomulyo I rt.4 rw.1 Kel. Wates, Kec.Ngaliyan
Kota Semarang, Jawa Tengah
No. Hp : 085640307841
Email : nahnail96@gmail.com
Pendidikan : 1. MI Miftakhul Akhlaqiyah : 2001 - 2007
2. MTs NU Nurul Huda : 2007 - 2010
3. MA NU Nurul Huda : 2010 - 2013
4. UIN Walisongo Semarang : 2013 - 2018